

Divulgação de Resultados

2T25

O áudio com os comentários da administração já está disponível no website de Relações com Investidores.

Q&A

Horário:
11h00 (BRT)
10h00 (EST)
Em português, com tradução simultânea para o inglês.

Para conectar:

Acesso ao Webcast disponível no site de RI

Participantes

Luciano Quartiero

Diretor Presidente

Flavio Vargas

Diretor Financeiro e de RI

Relações com Investidores

Jenifer Nicolini

Flavio Rios

Marco Correia

Contato:

ri@camil.com.br



CAMIL ANUNCIA OS RESULTADOS DO 2T25

Camil registra Receita Líquida de R\$3,0 bilhões,
com EBITDA de R\$251 milhões e margem de 8,4% no 2T25

São Paulo, 9 de outubro de 2025 – A Camil Alimentos S.A. (“Camil” ou “Companhia”) (B3: CAML3) anuncia os resultados do segundo trimestre de 2025 (2T25 – jun/2025 a ago/2025). Neste *release* as informações são apresentadas em IFRS e representam o resultado consolidado da Companhia em milhões de Reais (R\$) com comparações YoY referentes ao segundo trimestre de 2024 (2T24 – jun/2024 a ago/2024) e comparações QoQ (1T25 – mar/2025 a mai/2025), exceto quando especificado de outra forma.

Destaques

Volumes	O volume no 2T25 cresceu +6,8% YoY e +24,9% QoQ , atingindo 634,2 mil toneladas , impulsionado pelo crescimento no segmento internacional (+26,0% YoY e +40,9% QoQ) , parcialmente compensado pela redução de -2,1% YoY no Brasil , com destaque para o avanço sequencial de +17,0% QoQ .
Receita	Receita Bruta de R\$3,4 bilhões (-8,2% YoY e +9,8% QoQ) no 2T25 e Receita Líquida de R\$3,0 bilhões (-8,6% YoY e +10,9% QoQ) no 2T25.
Lucro Bruto	Lucro Bruto de R\$673,8 milhões (-3,5% YoY e +11,2 QoQ) com margem de 22,6% (+1,2pp YoY e +0,1pp QoQ) no 2T25.
EBITDA	EBITDA de R\$250,6 milhões (-12,9% YoY e +7,5% QoQ) com margem de 8,4% (-0,4p.p YoY e -0,3 p.p. QoQ) .
Lucro/Prejuízo Líquido	Lucro Líquido de R\$78,7 milhões (-33,7 YoY e +19,3 QoQ) , com margem líquida de 2,6% .
Capex	Capex de R\$155,3 milhões (+133,5% YoY e +29,5% QoQ) no trimestre, com faseamento mais concentrado neste trimestre de investimentos.
Endividamento	Dívida Líquida/EBITDA UDM de 4,1x (+0,6x YoY) no 2T25.

Destaques Financeiros	2T24	1T25	2T25	2T25	2T25
Data Fechamento	ago-24	mai-25	ago-25	VS 2T24	VS 1T25
Receita Bruta	3.738,9	3.123,5	3.430,6	-8,2%	9,8%
Receita Líquida	3.261,6	2.687,3	2.979,7	-8,6%	10,9%
Lucro Bruto	698,3	606,1	673,8	-3,5%	11,2%
Margem Bruta (%)	21,4%	22,6%	22,6%	1,2pp	0,1pp
EBITDA	287,6	233,1	250,6	-12,9%	7,5%
Margem EBITDA (%)	8,8%	8,7%	8,4%	-0,4pp	-0,3pp
Lucro/Prejuízo Líquido	118,8	66,0	78,7	-33,7%	19,3%
Margem Líquida (%)	3,6%	2,5%	2,6%	-1,0pp	0,2pp
Capex ex M&A	66,5	119,9	155,3	133,5%	29,5%
Dív. Liq./EBITDA UDM (x)	3,5x	4,1x	4,1x	0,6x	0,0x
Destaques operacionais	2T24	1T25	2T25	2T25	2T25
Volumes (em mil tons)	ago-24	mai-25	ago-25	VS 2T24	VS 1T25
Volume Consolidado	593,6	507,7	634,2	6,8%	24,9%
Brasil	405,7	339,7	397,4	-2,1%	17,0%
Alto Giro	357,6	292,6	352,1	-1,5%	20,4%
Alto Valor	48,1	47,1	45,2	-6,0%	-4,0%
Internacional	187,9	168,0	236,8	26,0%	40,9%
Preços Líquidos(R\$/Kg)					
Brasil					
Alto Giro	4,90	3,96	3,54	-27,8%	-10,8%
Alto Valor	13,06	13,96	15,62	19,6%	11,9%
Internacional	4,81	4,49	3,86	-19,8%	-14,1%

Sumário

Destaques	1
Mensagem da Administração	3
Principais Eventos	4
ESG	4
Prêmios e Reconhecimentos	5
Desempenho Operacional	7
Demonstrações de Resultado Consolidado	9
Demonstrações de Resultado por Segmento	9
Desempenho Financeiro	10
Estrutura e Performance Acionária	14
Agenda com o Mercado	14
Isenção de Responsabilidade	15
Apêndice – Informações Financeiras do Trimestre	16

Mensagem da Administração

No 2T25, a Camil registrou receita líquida de R\$3,0 bilhões, com EBITDA de R\$251 milhões e margem de 8,4%, representando avanço sequencial de 10,9% na receita e de 7,5% no EBITDA. Do lado operacional, destacamos o crescimento de volumes consolidados na comparação anual em 6,8%, impulsionado principalmente pela operação internacional, enquanto o avanço de volumes sequencial de 24,9% refletiu a boa performance do alto giro no Brasil e do internacional.

Na categoria de alto giro no Brasil (grãos e açúcar), o trimestre foi positivo em grãos, com volumes adequados à sazonalidade. A comparação anual reflete uma base mais forte em 2T24, quando os preços do alto giro estavam mais elevados com uma demanda maior para o período, em função do movimento de abastecimento de arroz após a tragédia no Rio Grande do Sul, em maio e junho de 2024. Em açúcar, diferentemente dos trimestres anteriores, observamos melhora gradual da rentabilidade, apoiada na redução de custos que vem contribuindo para margens mais favoráveis.

Nas categorias de alto valor, seguimos focados em pescados, massas, cafés e biscoitos, reafirmando nossa estratégia de fortalecimento de portfólio. Em pescados, a sazonalidade típica do período trouxe retração sequencial de volumes, mas a rentabilidade manteve-se em patamares sólidos. Massas e biscoitos seguem com oportunidades relevantes de expansão, com a linha Camil ganhando tração em massas na região metropolitana de São Paulo e as campanhas de revitalização da marca Mabel fortalecendo biscoitos. Em cafés, observamos retomada de volumes, apoiada pela ampliação do portfólio com inovação e marca, com destaque para os cafés em cápsulas União, que reforçam o posicionamento premium da Companhia.

No mercado internacional, o destaque foi o Uruguai, que manteve trajetória positiva de crescimento de exportações, em linha com a maior oferta de arroz proveniente da última safra. Em contrapartida, a rentabilidade foi pressionada no Peru, refletindo um ambiente local mais desafiador ao longo do período. Além disso, como evento subsequente, anunciamos a conclusão da transação que viabiliza nossa entrada no mercado de arroz do Paraguai, ampliando nossa plataforma latino-americana e diversificando a origem de arroz na região. Esse passo fortalece nossa posição como uma das maiores empresas de alimentos da América Latina e aumenta a competitividade do negócio de arroz em nossa região de atuação.

Em ESG, ressaltamos a publicação do Relatório de Sustentabilidade 2024, que reúne os principais avanços da Companhia em suas frentes ambientais, sociais e de governança. As iniciativas reforçam o compromisso da Camil com o desenvolvimento sustentável, a geração de valor compartilhado e a transformação positiva do setor em que atuamos.

Com mais de 60 anos de história, seguimos construindo uma trajetória sólida, com marcas fortes, operações eficientes e iniciativas estratégicas que sustentam nosso crescimento e liderança no setor. Mantemos a confiança de que, com disciplina na execução e proximidade com clientes, consumidores e demais stakeholders, continuaremos avançando de forma consistente e sustentável, consolidando a Camil como uma das maiores empresas de marcas alimentícias da América Latina.

Luciano Quartiero
Diretor Presidente

Flavio Vargas
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

Principais Eventos

🕒 **Setembro 2025: Informe de Governança Corporativa**

Em setembro de 2025, a Camil publicou seu informe do Código Brasileiro de Governança Corporativa 2025. Mantivemos alta aderência, reforçando ainda mais nossa governança. Para consultar o Informe, acesse o site de Relações com Investidores da Companhia.

🕒 **Setembro 2025: Conclusão da Aquisição no Paraguai**

No dia 1º de setembro de 2025, após a reorganização societária e condições precedentes, foi concluída a aquisição da totalidade das ações da Villa Oliva Rice S.A pela Camilatam S.A. (subsidiária da Companhia), consolidando a entrada da Companhia no mercado de arroz do Paraguai e ampliando sua presença no segmento de alimentos na América do Sul. A conclusão da aquisição ocorreu em evento subsequente ao 2T25 e não integra os resultados do trimestre.

🕒 **Agosto 2025: Aprovação de Pagamento de JCP e Dividendos**

No dia 28 de agosto de 2025, o Conselho de Administração da Companhia aprovou o pagamento de Juros sobre Capital Próprio de R\$19 milhões, correspondente ao valor bruto unitário de aproximadamente R\$0,06 por ação. Na mesma data, o Conselho de Administração também aprovou o pagamento de Dividendos de R\$6 milhões, correspondente ao valor bruto unitário de aprox. R\$0,02 por ação. Ambos foram pagos no dia 11 de setembro de 2025.

🕒 **Julho 2025: Publicação do Relatório de Sustentabilidade**

Em 15 de julho de 2025, a Camil publicou seu Relatório de Sustentabilidade, descrevendo práticas, desempenho e impactos ambientais, sociais e de governança ao longo de sua cadeia de valor.

ESG

Em 2025, a Camil consolidou avanços consistentes em sua estratégia ESG, alicerçada na geração de valor sustentável e na integração dos fatores ambientais, sociais e de governança ao desenvolvimento do negócio e ao crescimento da Companhia. A publicação do novo Relatório de Sustentabilidade no 2T25 reforça nossas iniciativas, com evolução das metodologias de reporte no Brasil, Uruguai, Chile, Peru e Equador.



Realizamos uma atualização abrangente da matriz de materialidade, com engajamento direto de stakeholders estratégicos em todos os países onde atuamos. Esse processo resultou na definição de 11 temas prioritários, atribuídos a diferentes áreas e diretorias, que atuam de forma transversal no direcionamento das iniciativas da Companhia.

No pilar ambiental, avançamos com o foco em energia renovável, por meio do projeto da nova termelétrica em Cambaí (RS), que utilizará 100% da casca de arroz gerada em nossas operações na região para a geração de energia. A iniciativa fortalece nossa estratégia de economia circular, ao transformar resíduos industriais em fonte renovável, e entrará em operação em 2026.

No aspecto social, nossos programas proprietários de impacto comunitário também evoluíram. O projeto Grãos da Base, da marca Camil, segue certificando pequenos negócios locais em práticas sustentáveis e gestão empreendedora. Já o Doce Futuro, da marca União, capacitou mais de mil alunos em comunidades no entorno de nossas operações. Ambas as iniciativas reforçam nossa visão de inclusão produtiva e fortalecem o vínculo das marcas com as comunidades.

No pilar de governança, destacamos como evento subsequente a publicação do Informe Brasileiro de Governança Corporativa, que evidencia as boas práticas adotadas pelas companhias no modelo “pratique ou explique” do CBGC. O documento está disponível na CVM e em nosso site de Relações com Investidores.

Os avanços reportados reafirmam nosso compromisso com os princípios do Pacto Global da ONU e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Como reconhecimento, permanecemos pelo terceiro ano consecutivo na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, vigente a partir de maio de 2025. Seguimos fortalecendo nossa estratégia ESG com consistência, inovação e engajamento de todos os públicos que fazem parte da nossa jornada. Reiteramos nosso agradecimento a colaboradores, parceiros, clientes e comunidades pelo compromisso compartilhado de construir um futuro mais sustentável.

Prêmios e Reconhecimentos

- ③ **As marcas mais valiosas e fortes do Brasil:** Revista Época Negócios. 37ª posição entre as 100 empresas mais valiosas do Brasil.
- ③ **Ranking os 5 maiores fabricantes do Brasil:** Revista Super Varejo. Arroz (1º Brasil), Açúcar (1º Brasil), Atum (2º Brasil), Sardinha (2º Brasil), Massas (1º MG, RJ e ES).
- ③ **Meu Fornecedor – Alimentos:** Revista Super Hiper/ ABRAS. Arroz Branco (1º Brasil), Arroz Integral (2º Brasil), Feijão (2º Brasil) Atum (2º Brasil), Sardinha (2º Brasil), Massas (1º MG, RJ e ES) .
- ③ **O Melhor de São Paulo – Cozinha:** Folha de São Paulo. Arroz e Feijão (Camil) e Açúcar (União)
- ③ **Ranking Institutional Investor 2025:**

O resultado de 2025 consolida a Camil como referência em governança, transparência e relacionamento com investidores na América Latina.

 - No universo Small Cap, atingimos 1º lugar em todas as categorias.
 - No ranking geral, atingimos top 10 em todas as categorias, sendo o #1 para Best Investor/Analyst Event.

2025 All-Latin Executive Team – Food & Beverages (Small Caps)

Na categoria Small Cap, a Camil ficou em primeiro lugar em todas as categorias avaliadas.

- Best CEO – Luciano Quartiero - #1
- Best CFO – Flavio Vargas - #1
- Best IR Professional – Jenifer Nicolini - #1
- Best Company Board - #1
- Best ESG Program - #1
- Best Investor/Analyst Event - #1
- Best IR Program - #1
- Best IR Team - #1

Marcas e Lançamentos

Camil, a base do Brasil: No 2T25 a marca Camil seguiu firme na construção de seu posicionamento como **a base do Brasil** com o lançamento da campanha ‘Ícones da Brasilidade’, que apresentou o cantor **Thiaguinho** como garoto-propaganda da marca. A campanha reforça que o arroz e feijão são a base de todo brasileiro – daqueles que estão em no caminho e dos que já conquistaram seu sucesso. A comunicação segue no ar durante todo o terceiro trimestre, com foco nas praças de São Paulo e Minas Gerais e um plano robusto de mídia que inclui ativações em grandes portais de notícia e principais veículos digitais como Meta e Google.

Camil também estreou como **patrocinadora oficial da turnê de 10 anos da Tardezinha**, maior turnê de música do Brasil, construindo para o território de brasilidade da marca e reforçando a conexão com Thiaguinho. Com ativações realizadas nas 8 praças pelas quais a turnê passou até o momento, a marca segue como patrocinadora até o fechamento da turnê em Dezembro.

No **35º Festival de Cultura e Gastronomia de Tiradentes**, estivemos presentes e impactamos mais de 75 mil pessoas que passaram pelo evento nos dois finais de semana de Agosto. A marca esteve presente com ativações diversas, incluindo o *namimg rights* da cozinha ao vivo e parceria com restaurantes locais, fortalecendo o vínculo de Camil com a gastronomia



regional. Por fim, iniciamos a primeira turma do terceiro ano da **Escola de Negócios Grãos da Base** em parceria com a ONG Arrastão. O objetivo até o final do ano safra é capacitar 80 negócios.

E para conferir mais iniciativas da marca Camil? [Acesse o site da marca de grãos Camil.](#)

União, Novo Café Espresso: No segundo trimestre, a marca União direcionou seus investimentos para a categoria de cafés, com destaque para a continuidade do lançamento das **Cápsulas de Café Espresso União**. A iniciativa contou com um plano de execução nas principais praças estratégicas — São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul — incluindo a implementação do enxoval de material de ponto de venda, ações de degustação no

varejo e presença em eventos de relevância, como o **Scanntech (In) Motion**, a **XP CEO Conference** e a **26ª Conferência Santander**, que reuniram consumidores influentes e formadores de opinião.

O **Novo Café Espresso União** oferece cinco sabores exclusivos, desenvolvidos com propostas sensoriais proprietárias e diferentes intensidades, entregando uma experiência única de cremosidade e personalidade. Compatíveis com o sistema **Nespresso® Original**. A linha conta com cinco opções: Amaro (Intensidade 12) – marcante, com notas tostadas e de chocolate amargo; Ristretto (Intensidade 11) – intenso, com nuances de castanha; Clássico (Intensidade 9) – equilibrado, com toques de amêndoas e caramelo; Velluto (Intensidade 8) – suave e aveludado, com notas doces, frutadas e de mel; e Ristretto Decaffeinato (Intensidade 9) – versão descafeinada, intensa, com notas de chocolate amargo e castanhas.

Já para adoçados, **União, por meio do programa Doce Futuro**, em parceria com o Instituto Capim Santo, apoiou o Curso de Confeitaria Profissional. Com 60 horas de conteúdo técnico, a formação ofereceu ferramentas para que 1.239 participantes, em 58 turmas e 19 cozinhas distribuídas pelas 5 regiões de São Paulo, em situação de vulnerabilidade pudessem empreender ou se inserir no mercado de gastronomia, promovendo impacto social e geração de renda.

Quer saber mais sobre as iniciativas da marca União? [Acesse o site da marca União.](#)

Coqueiro, o peixe da Hora de Verdade: No 2T25, a Marca Coqueiro finalizou a sua promoção do período de Quaresma: “Promo Coqueiro O Peixe da Hora Premiada”. Foram 2 meses de promoção nacional, com prêmios instantâneos e sorteados em dinheiro, assim como prêmios instantâneos de potes personalizados, em parceria com a Oxford. A promoção foi um sucesso no PDV, com aumento no número de usuários e produtos cadastrados vs 2024 (mesmo com 1 mês a menos de duração da promoção) e ganho de share no período, em Sardinha e em Atum.

Esse resultado foi o melhor resultado de promoção, em quantidade de usuários, dos últimos 8 anos de promoção da marca, em um período em que o contato do consumidor está aquecido em função da quaresma. Para atingir esse resultado, além de levar a promoção aos MPDVs, com mais de 2.000 lojas ativas, a marca contou com 3 filmes sobre a promoção, divulgados no digital, que tiveram, somados, mais de 36 milhões de visualizações.



Quer saber mais sobre as iniciativas da marca Coqueiro? [Acesse o site da marca Coqueiro.](#)

Santa Amália, por uma Vida + Massa: A conexão emocional e o relacionamento com o consumidor foram os principais pilares que contribuíram para trazer diferenciação e superioridade no segundo trimestre desta safra, através do reforço do posicionamento “Por uma Vida + Massa”. Com conteúdos que amplificam essa mensagem, tivemos o destaque para a Chef Ju Lima (@chefjulima) com releituras de pratos tradicionais, trazendo ingredientes mineiros, além de um prato especial para o dia dos pais.



Nas redes sociais, seguimos com investimento na divulgação do lançamento das novas embalagens, que chegaram para modernizar a identidade visual da Santa Amália, tornando a experiência de compra mais clara, atrativa e diferenciada.

Quer saber mais sobre as iniciativas da marca Santa Amália? [Acesse o site da marca Santa Amália.](#)

Mabel, Pra se Sentir em Casa: No 2T25, a marca Mabel deu continuidade à evolução do seu posicionamento *Pra se Sentir em Casa*. Além da plataforma de receitas, que segue ampliando ocasiões de consumo e mostrando a versatilidade do portfólio, a marca marcou presença no Dia dos Avós com uma ação especial ao lado de três influenciadores que somam 20MM de seguidores. A dinâmica “Inteligência dos Avós vs. Inteligência Artificial” promoveu uma conversa divertida e afetiva, reforçando os laços entre gerações. Com essa estratégia, Mabel buscou fortalecer seu posicionamento emocional, associando-se a datas especiais que geram conexão verdadeira com os consumidores. A marca agora se prepara para o lançamento de sua campanha de comunicação e de uma inovação em portfólio, previsto para o 3T25.

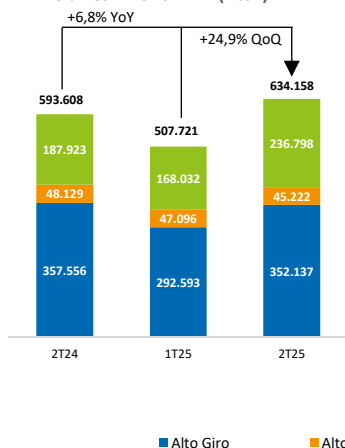


Quer saber mais sobre as iniciativas da marca Mabel? [Acesse o Instagram da marca Mabel.](#)

Desempenho Operacional

Evolução Volume (k ton)

Volumes 2T25 vs. 2T24 (k ton)



Breakdown (%)

Receita Líquida (%)



Volume (%)



■ Alto Giro ■ Alto Valor ■ Internacional

O **volume consolidado** apresentou **aumento anual (+6,8% YoY)**, impactado pelo volume do segmento internacional **(+26,0% YoY)** no trimestre. O aumento foi parcialmente compensado pela redução do volume do segmento Brasil **(-2,1% YoY)**, impactado tanto pela categoria de **alto giro (-1,5% YoY)** quanto pela categoria de **alto valor (-6,0% YoY)**.

Sequencialmente, o volume apresentou crescimento **(+24,9% QoQ)**, principalmente em função do segmento internacional **(+40,9% QoQ)** e de **alto giro (+20,4% QoQ)**, parcialmente compensado pela queda de volumes de **alto valor (-4,0% QoQ)** devido à baixa sazonalidade de pescados do período.

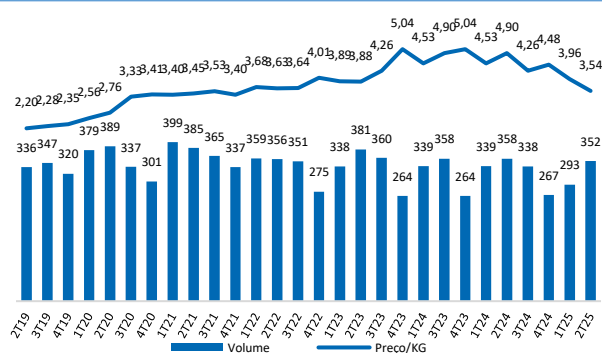
Classificação por categoria: **Alto Giro**: categorias no Brasil de grãos (arroz, feijão e outros grãos) e açúcar; **Alto Valor**: categorias no Brasil de pescados enlatados, massas, biscoitos e café; **Internacional**: Uruguai, Chile, Peru e Equador.

Alto Giro



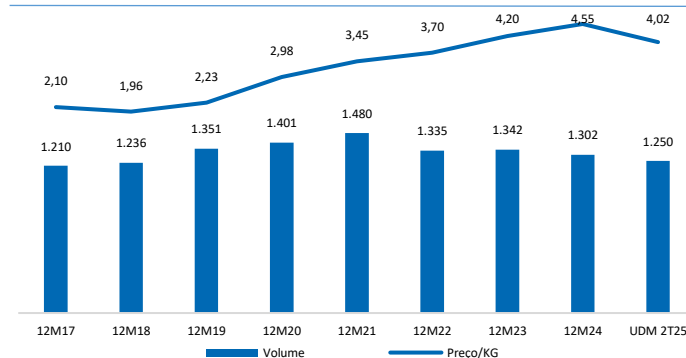
- ③ **Volume**: 352 mil tons, -1,5% YoY e +20,4% QoQ no 2T25.
- ③ **Preço líquido**: R\$3,54/kg, -27,8% YoY e -10,8% QoQ no 2T25.
- ③ **Mix de vendas**: Na comparação anual, houve retração de volumes concentrada em grãos, em função da forte base comparativa do mesmo período no ano anterior (demanda alta de abastecimento de arroz no período que ocorreu a tragédia das enchentes no Rio Grande do Sul). O desempenho YoY foi parcialmente compensado pela expansão em açúcar, cuja rentabilidade vem evoluindo gradualmente. Sequencialmente, observamos crescimento de volumes de +20,4% apoiado na recuperação de açúcar, com exportações pontuais realizadas no período.
- ③ **Mercado²**: **Arroz**: R\$67,87/saca (-41,4% YoY e -12,1% QoQ) no 2T25, **Feijão**: R\$213,93/saca (-10,2% YoY e -6,5% QoQ) no 2T25. **Açúcar**: R\$121,38/saca (-8,8% YoY e -13,2% QoQ) no 2T25.

Alto Giro - Evolução Volume Trimestral Histórico (mil tons) e Preço Líquido (R\$/kg)



Fonte: Companhia

Alto Giro - Evolução Volume Anual Histórico (mil tons) e Preço Líquido (R\$/kg)



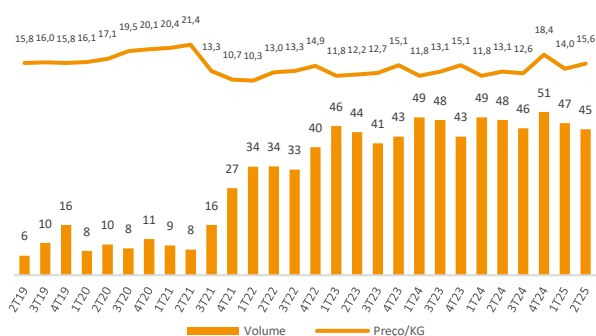
Fonte: Companhia

Alto Valor



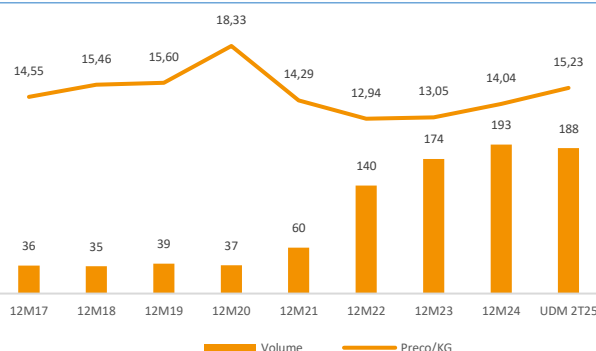
- 📊 **Volume:** 45,2 mil tons, -6,0% YoY e -4,0% QoQ no 2T25
- 📊 **Preço líquido:** R\$15,6/kg, +19,6% YoY e +11,9% QoQ no 2T25
- 📊 **Mix de vendas:** Queda nos volumes de alto valor na comparação anual em pescados e massas. Na análise sequencial, o resultado foi impactado pela menor sazonalidade de vendas de pescados, habitual para o período. Ambos foram parcialmente compensados pelo crescimento de volumes em café.
- 📊 **Mercado³:** Trigo: R\$1.460,40/ton (+4,4% YoY e +4,0% QoQ) no 2T25 e Café: R\$1.962,25/ton (+40,0% YoY e -22,0% QoQ) no 2T25.

Alto Valor - Evolução Volume Trimestral Histórico (mil tons) e Preço Líquido (R\$/kg)



Fonte: Companhia

Alto Valor - Evolução Volume Anual Histórico (mil tons) e Preço Líquido (R\$/kg)

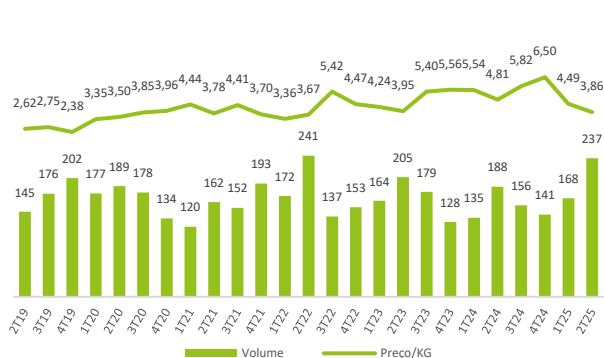


Fonte: Companhia

Internacional

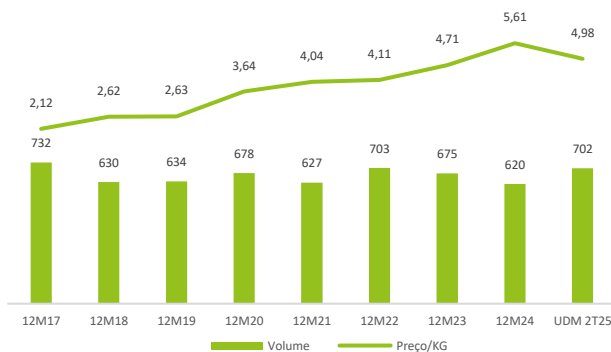
No segmento internacional, o volume de vendas atingiu 236,8 mil tons no 2T25 (+26,0% YoY e +40,9% QoQ). O crescimento nas comparações anual e sequencial se devem a maiores níveis de exportações no Uruguai e aumento do volume do Chile, parcialmente compensado por menores volumes no Peru e redução de preços de arroz no segmento.

Internacional - Evolução Volume Trimestral Histórico (mil tons)



Fonte: Companhia

Internacional - Evolução Volume Anual (mil tons)



Fonte: Companhia

Demonstrações de Resultado Consolidado

Demonstrativos (em R\$ milhões)	2T24	1T25	2T25	2T25	2T25
Data Fechamento	ago-24	mai-25	ago-25	VS 2T24	VS 1T25
Receita Bruta	3.738,9	3.123,5	3.430,6	-8,2%	9,8%
(-) Deduções de Vendas	(477,3)	(436,2)	(451,0)	-5,5%	3,4%
Receita Líquida	3.261,6	2.687,3	2.979,7	-8,6%	10,9%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(2.563,3)	(2.081,2)	(2.305,9)	-10,0%	10,8%
Lucro Bruto	698,3	606,1	673,8	-3,5%	11,2%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm.	(477,9)	(443,1)	(497,9)	4,2%	12,4%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	1,1	3,3	7,8	640,4%	140,4%
Lucro Operacional (EBIT)	221,4	166,2	183,7	-17,0%	10,5%
(+/-) Resultado Financeiro	(89,5)	(118,4)	(141,6)	58,3%	19,6%
Resultado antes Impostos	132,0	47,9	42,1	-68,1%	-12,1%
Total Imposto de Renda / CSLL	(13,2)	18,1	36,6	n.a.	102,0%
Lucro/Prejuízo Líquido	118,8	66,0	78,7	-33,7%	19,3%
Reconciliação EBITDA					
Lucro/Prejuízo Líquido	118,8	66,0	78,7	-33,7%	19,3%
(-) Resultado Financeiro Líquido	89,5	118,4	141,6	58,3%	19,6%
(-) Imposto de Renda / CSLL	13,2	(18,1)	(36,6)	n.a.	102,0%
(-) Depreciação e Amortização	66,1	66,9	66,9	1,2%	0,0%
(=) EBITDA	287,6	233,1	250,6	-12,9%	7,5%
Margens					
Margem Bruta	21,4%	22,6%	22,6%	1,2pp	0,1pp
Margem EBITDA	8,8%	8,7%	8,4%	-0,4pp	-0,3pp
Margem Líquida	3,6%	2,5%	2,6%	-1,0pp	0,2pp

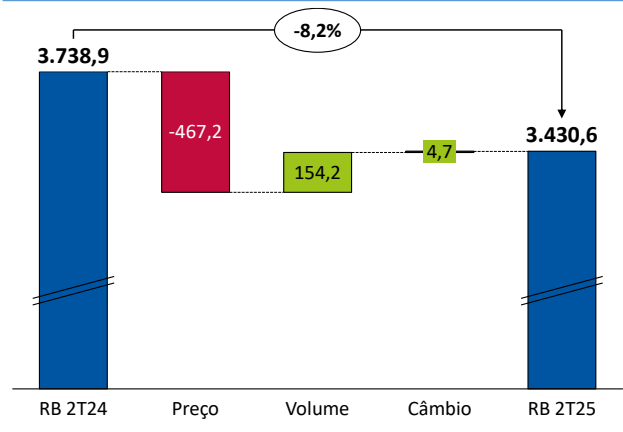
Demonstrações de Resultado por Segmento

Brasil	2T24	1T25	2T25	2T25	2T25
Data Fechamento	ago-24	mai-25	ago-25	VS 2T24	VS 1T25
Receita Líquida	2.357,2	1.932,7	2.065,7	-12,4%	6,9%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(1.874,5)	(1.511,8)	(1.600,2)	-14,6%	5,8%
Lucro Bruto	482,7	420,9	465,4	-3,6%	10,6%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(331,5)	(305,1)	(329,8)	-0,5%	8,1%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	(0,3)	2,3	2,6	n.a.	14,5%
Lucro Operacional (EBIT)	150,9	118,1	138,2	-8,4%	17,1%
(+/-) Resultado Financeiro	(76,0)	(110,1)	(127,8)	68,2%	16,1%
Resultado antes Impostos	74,9	8,0	10,4	-86,1%	30,0%
Total Imposto de Renda / CSLL	(2,3)	16,2	33,7	n.a.	108,2%
Lucro/Prejuízo Líquido	72,5	24,2	44,1	-39,2%	82,4%
Reconciliação EBITDA					
Lucro/Prejuízo Líquido	72,5	24,2	44,1	-39,2%	82,4%
(+) Resultado Financeiro Líquido	76,0	110,1	127,8	68,2%	16,1%
(+) Imposto de Renda / CSLL	2,3	(16,2)	(33,7)	n.a.	108,2%
(+) Depreciação e Amortização	45,0	44,8	45,3	0,7%	1,0%
(=) EBITDA	195,8	162,9	183,5	-6,3%	12,7%
Margens					
Margem Bruta	20,5%	21,8%	22,5%	2,1pp	0,8pp
Margem EBITDA	8,3%	8,4%	8,9%	0,6pp	0,5pp
Margem Líquida	3,1%	1,3%	2,1%	-0,9pp	0,9pp
Internacional	2T24	1T25	2T25	2T25	2T25
Data Fechamento	ago-24	mai-25	ago-25	VS 2T24	VS 1T25
Receita Líquida	904,4	754,7	914,0	1,1%	21,1%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(688,8)	(569,4)	(705,7)	2,5%	23,9%
Lucro Bruto	215,6	185,2	208,3	-3,4%	12,5%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(146,3)	(138,0)	(168,1)	14,9%	21,8%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	1,3	1,0	5,2	298,1%	433,4%
Lucro Operacional (EBIT)	70,6	48,2	45,5	-35,6%	-5,6%
(+/-) Resultado Financeiro	(13,4)	(8,3)	(13,7)	2,2%	65,9%
Resultado antes Impostos	57,1	39,9	31,7	-44,5%	-20,5%
(+/-) Total Imposto de Renda / CSLL	(10,9)	1,9	2,9	n.a.	49,9%
Lucro/Prejuízo Líquido	46,2	41,8	34,6	-25,1%	-17,3%
Reconciliação EBITDA					
Lucro/Prejuízo Líquido	46,2	41,8	34,6	-25,1%	-17,3%
(+) Resultado Financeiro Líquido	13,4	8,3	13,7	2,2%	65,9%
(+) Imposto de Renda / CSLL	10,9	(1,9)	(2,9)	n.a.	49,9%
(+) Depreciação e Amortização	21,2	22,1	21,6	2,2%	-1,9%
(=) EBITDA	91,7	70,2	67,1	-26,9%	-4,5%
Margens					
Margem Bruta	23,8%	24,5%	22,8%	-1,0pp	-1,7pp
Margem EBITDA	10,1%	9,3%	7,3%	-2,8pp	-2,0pp
Margem Líquida	5,1%	5,5%	3,8%	-1,3pp	-1,8pp

Desempenho Financeiro

Receita

Consolidado 2T25: Abertura Receita Bruta (R\$mn)



Fonte: Companhia

A **Receita Bruta** atingiu **R\$3,4 bilhões** no trimestre (-8,2% YoY), principalmente em função da queda de preços na categoria de alto giro e internacional, especialmente em grãos. A redução foi parcialmente compensada por: i) aumento do volume consolidado, impactado pelo crescimento do volume do internacional, reflexo do crescimento das exportações do Uruguai; e ii) aumento do preço líquido da categoria de alto valor. A **Receita Líquida** atingiu **R\$3,0 bilhões** no trimestre (-8,6% YoY).

Vale destacar que, na análise sequencial, a **Receita Bruta** e a **Receita Líquida** apresentaram crescimentos de **+9,8% QoQ** e **+10,9% QoQ**, respectivamente, refletindo a melhoria operacional de volumes e crescimento de preços do alto valor. Os detalhes operacionais por categoria estão descritos acima em **desempenho operacional**.

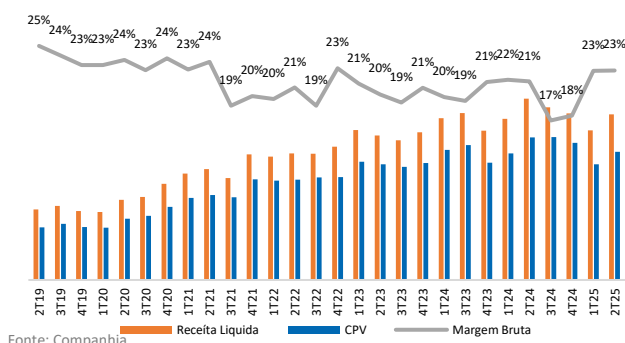
Custos e Despesas

Despesas por função	2T24	1T25	2T25	2T25	2T25
Data Fechamento	ago-24	mai-25	ago-25	VS 2T24	VS 1T25
Despesas por Função	(3.041,2)	(2.524,4)	(2.803,8)	-7,8%	11,1%
Custo dos Produtos Vendidos	(2.563,3)	(2.081,2)	(2.305,9)	-10,0%	10,8%
Despesas com Vendas	(316,2)	(292,5)	(331,8)	4,9%	13,4%
Despesas Gerais e Administrativas	(161,7)	(150,6)	(166,2)	2,8%	10,3%
Despesas por Natureza	2T24	1T25	2T25	2T25	2T25
Data Fechamento	ago-24	mai-25	ago-25	VS 2T24	VS 1T25
Despesas por Natureza	(3.041,2)	(2.524,4)	(2.803,8)	-7,8%	11,1%
Depreciação e Amortização	(66,1)	(66,9)	(66,9)	1,2%	0,0%
Despesas com Pessoal	(227,0)	(260,7)	(237,8)	4,7%	-8,8%
Matéria Prima e Materiais	(2.259,7)	(1.735,3)	(1.992,2)	-11,8%	14,8%
Frete	(240,8)	(227,3)	(251,6)	4,5%	10,7%
Comissões sobre Vendas	(19,3)	(15,8)	(17,6)	-8,9%	11,3%
Despesas com Manutenção	(61,9)	(63,9)	(65,6)	5,9%	2,6%
Despesas com Energia Elétrica	(20,6)	(33,0)	(22,3)	8,4%	-32,4%
Despesas com Serviços de Terceiros	(67,7)	(56,5)	(63,5)	-6,2%	12,3%
Outras Despesas	(78,0)	(64,9)	(86,4)	10,6%	33,0%

Custo das Vendas e Serviços

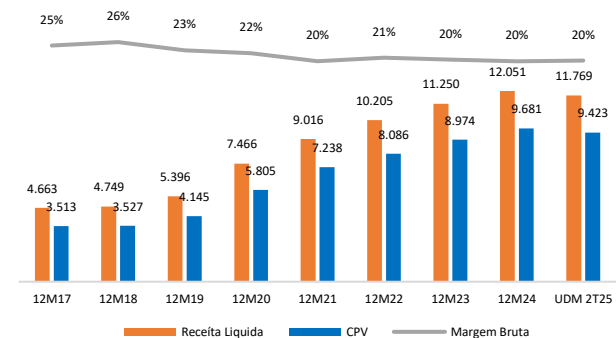
Os **Custos das Vendas e Serviços** do trimestre atingiram **R\$2,3 bilhões** (-10,0% YoY), ou **77% da receita líquida**. A redução reflete, sobretudo, a diminuição de 14,6% no CPV do Brasil, impactado principalmente pelo menor preço da matéria-prima na categoria de alto giro, tanto em grãos quanto açúcar. Esse impacto foi parcialmente compensado pelo crescimento do CPV na categoria de alto valor, impulsionada principalmente pela elevação dos preços de mercado do café. No internacional, o CPV apresentou aumento de +2,5% YoY, impulsionado principalmente pelo crescimento de volumes, parcialmente compensado pela redução de preços. Levando em consideração esses fatores, o **Lucro Bruto** atingiu **R\$673,8 milhões** (-3,5% YoY) com **margem de 8,4%** (-0,4pp YoY) no 2T25.

Evolução Trimestral Receita Líquida vs. Custos (R\$mn)



Fonte: Companhia

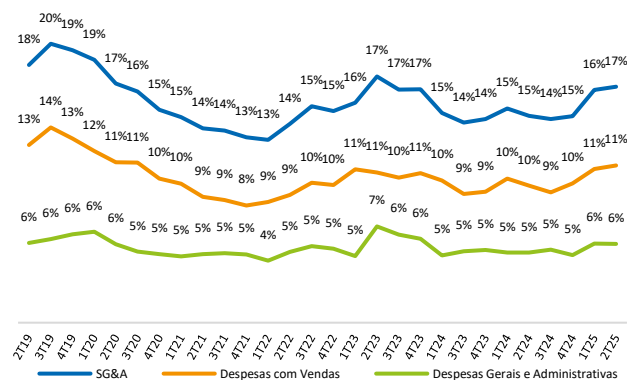
Evolução Anual Receita Líquida vs. Custos



Fonte: Companhia

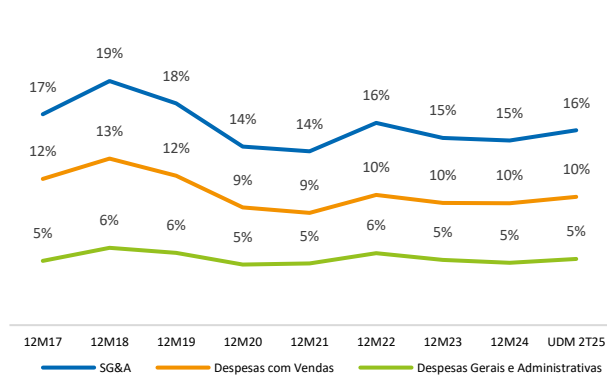
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

Evolução Trimestral SG&A/Receita Líquida (%)



Fonte: Companhia

Evolução Anual SG&A/Receita Líquida (%)



Fonte: Companhia

O SG&A (despesas com vendas, gerais e administrativas) no trimestre atingiu R\$497,9 milhões (+4,2% YoY), equivalente a 16,7% da receita líquida (+2,0pp YoY). O aumento ocorreu em função do crescimento do SG&A internacional, que atingiu R\$168,1 milhões (+14,9% YoY), sendo o principal aumento no Uruguai. Este crescimento foi parcialmente compensado por uma redução do SG&A Brasil, que atingiu R\$329,8 milhões (-0,5% YoY) no trimestre, devido a redução das despesas com vendas e parcialmente compensado pelo aumento das despesas gerais e administrativas. Vale destacar que a Companhia tem realizado planos de otimização e revisão de despesas, visando maior eficiência e a identificação de novas sinergias entre nossas operações.

Despesas com Vendas

As despesas com vendas no trimestre atingiram R\$331,8 milhões (+4,9% YoY), ou 11,1% da receita líquida do trimestre devido, principalmente, a:

- As despesas com vendas do **Brasil** apresentaram redução de -2,7% YoY, representando 9,9% da receita líquida do Brasil. A variação foi impulsionada pela redução de despesas com fretes e despesas portuárias, acompanhando a redução de volumes do segmento YoY, parcialmente compensado por maiores despesas com propaganda.
- As despesas com vendas do **Internacional** apresentaram aumento de +19,9% YoY, representando 14,0% da receita líquida Internacional. Esse resultado se deu em função de maiores volumes de vendas no período, principalmente em função do aumento das exportações no Uruguai.

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas no trimestre atingiram R\$166,2 milhões (+2,8% YoY), ou 5,6% da receita líquida do trimestre.

- As despesas gerais e administrativas do **Brasil** apresentaram aumento de +3,2% YoY, representando 6,1% da receita líquida do Brasil, devido, principalmente, ao aumento das despesas de TI, provisões judiciais e pessoal, parcialmente compensado pela redução de despesas com viagens e consultorias.
- As despesas gerais e administrativas do **Internacional** apresentaram aumento de +1,5% YoY, ou 4,4% da receita líquida do trimestre, principalmente decorrente do incremento de G&A no Uruguai e Peru.

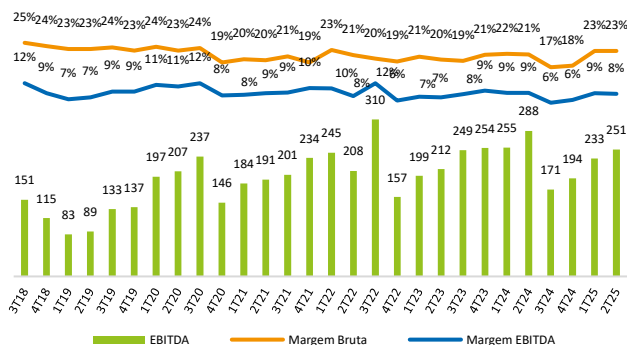
Outras receitas (despesas) operacionais

As outras receitas/despesas operacionais e equivalência patrimonial atingiram R\$7,8 milhões positivos no trimestre (vs. R\$1,1 milhões positivos no 2T24), principalmente relacionados à equivalência patrimonial de coligadas da Saman, subsidiária da Companhia no Uruguai.

EBITDA

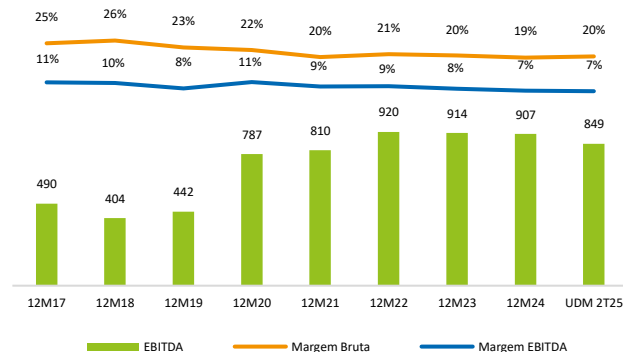
O EBITDA do trimestre atingiu **R\$250,6 milhões (-12,9% YoY e +7,5% QoQ)** com **margem de 8,4% (-0,4pp YoY e -0,3pp QoQ)**.

EBITDA - Evolução Trimestral Histórica (R\$mn)



Fonte: Companhia

EBITDA – Evolução Anual Histórica (R\$mn)



Fonte: Companhia

Resultado Financeiro Líquido

Resultado Financeiro líquido atingiu despesa de **R\$141,6 milhões (+58,3% YoY e +19,6% QoQ)** no trimestre. A variação se justifica, principalmente, pelo resultado dos instrumentos derivativos e pelos juros sobre financiamentos com aumento da taxa de juros no período.

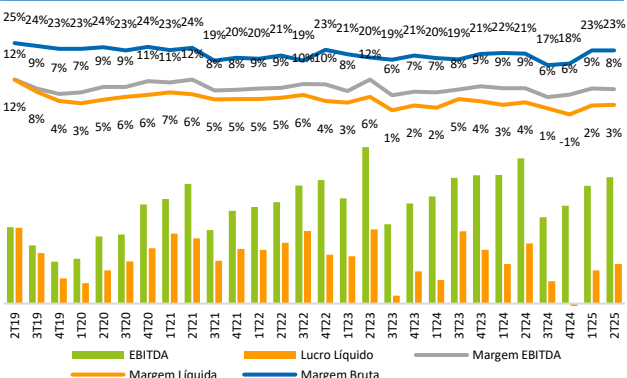
Imposto de Renda e CSLL

Imposto de Renda e CSLL apresentou resultado de **R\$ 36,6 milhões positivos** no 2T25 (vs. R\$13,2 milhões negativos no 2T24), principalmente impactado pela diminuição da base tributável, em função da redução do resultado antes dos impostos (-68,1% YoY) e exclusões referentes a i) aumento das subvenções de ICMS que impactou em R\$20,1 milhões positivos no período, ii) exclusões relacionadas ao pagamento de JCP, que impactaram em R\$12,9 milhões positivos, e iii) benefícios fiscais e diferença de alíquota decorrente do resultado internacional de R\$9,4 milhões.

Lucro/Prejuízo Líquido e Lucro por Ação

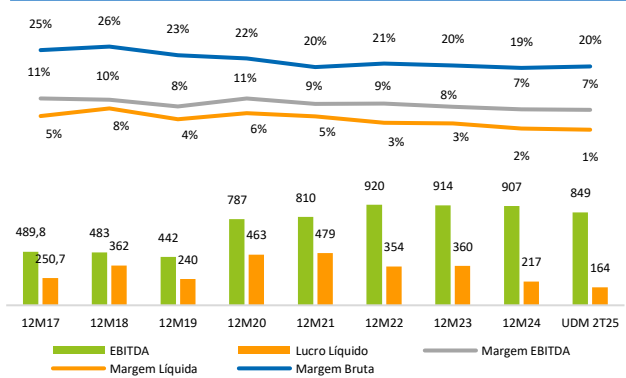
Lucro Líquido atingiu **R\$78,7 milhões (-33,7% YoY e +19,3% QoQ)**, com **margem líquida de 2,6% (-1,0 pp YoY e +0,2pp QoQ)** ou **R\$0,22 por ação** no trimestre.

Evolução Rentabilidade Trimestral (R\$mn)



Fonte: Companhia

Evolução Rentabilidade Ano (R\$mn)



Fonte: Companhia

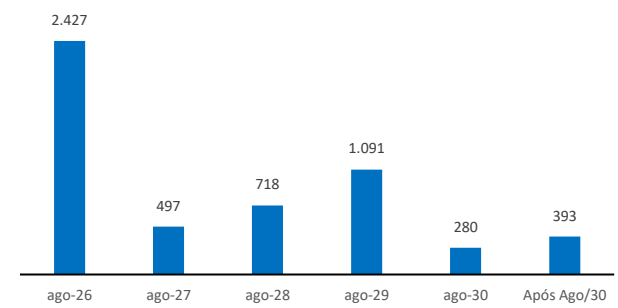
Endividamento e Caixa

Endividamento (em R\$mn)	2T24	1T25	2T25	2T25	2T25
Data de Fechamento	ago-24	mai-25	ago-25	VS 2T24	VS 1T25
Endividamento Total	6.269,3	5.240,9	5.376,1	-14,2%	2,6%
Empréstimos e Financiamentos	2.942,7	2.397,0	2.509,2	-14,7%	4,7%
Debêntures	3.326,6	2.843,9	2.866,9	-13,8%	0,8%
Curto Prazo	2.047,9	2.393,8	2.427,3	18,5%	1,4%
Longo Prazo	4.221,4	2.847,1	2.948,8	-30,1%	3,6%
Alavancagem					
Dívida Bruta	6.269,3	5.240,9	5.376,1	-14,2%	2,6%
Caixa + aplicações fin.	2.662,8	1.625,6	1.910,6	-28,2%	17,5%
Dívida Líquida	3.606,5	3.615,4	3.465,5	-3,9%	-4,1%
Dív.Líq./EBITDA UDM (x)	3,5x	4,1x	4,1x	0,6x	0,0x

O endividamento total atingiu R\$5,4 bilhões (-14,2% YoY). A liquidez total (caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras de curto e longo prazo) atingiu R\$1,9 bilhão (-28% YoY).

O endividamento líquido totalizou R\$3,5 bilhões (-3,9% YoY) e endividamento líquido/EBITDA UDM de 4,1x (estável YoY).

Cronograma de Amortização (R\$mn)

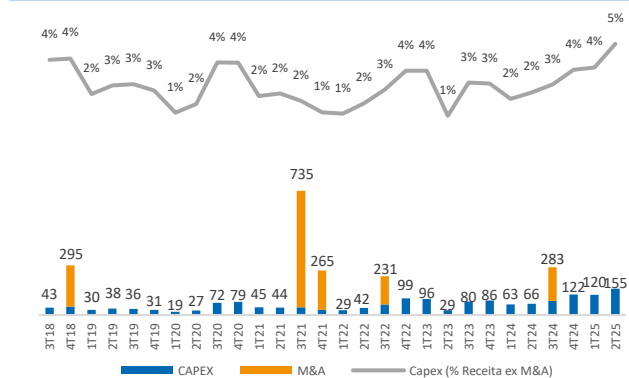


Fonte: Companhia

Capex

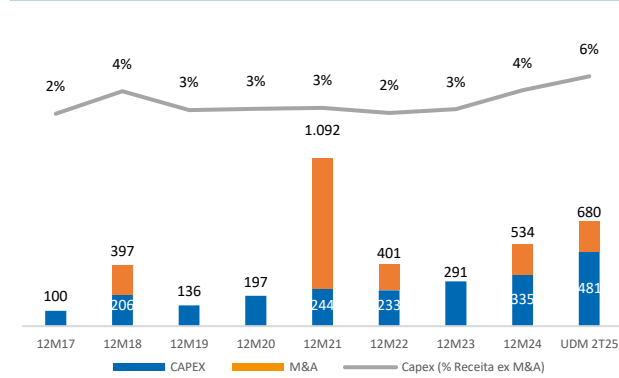
O Capex atingiu R\$155,3 milhões (+133,5% YoY) no trimestre. Os principais investimentos de Capex foram direcionados à continuação das obras em andamento em Cambaí (RS), onde será a nova planta de grãos, e à nova termoeletrica. O Capex no período também foi impactado por um faseamento mais concentrado, neste trimestre, dos investimentos programados para o ano no Uruguai.

Evolução do Capex Trimestral (R\$mn)



Fonte: Companhia

Evolução do Capex Anual (R\$mn)



Fonte: Companhia

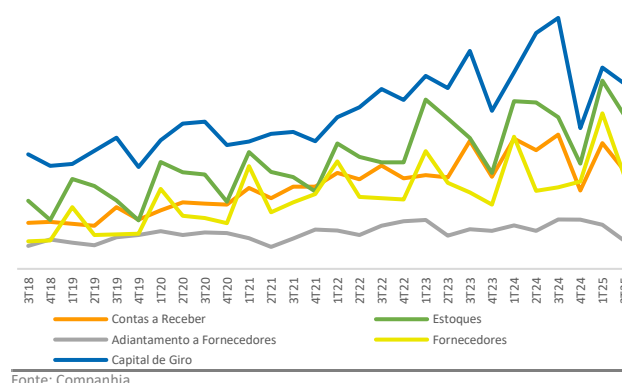
Capital de Giro

Capital de Giro	2T24	1T25	2T25	2T25	2T25
Data de Fechamento	ago-24	mai-25	ago-25	VS 2T24	VS 1T25
Estoques	2.450,5	2.772,4	2.261,3	-7,7%	-18,4%
<i>Dias Estoques</i>	95,5	104,5	87,6	-8 d	-17 d
Adiantamento a Fornecedores	562,0	650,3	414,0	-26,3%	-36,3%
<i>Dias Adiantamento a fornecedores</i>	17,3	24,5	16,0	-1 d	-8 d
Contas a Receber	1.746,8	1.850,2	1.444,5	-17,3%	-21,9%
<i>Dias Contas a Receber</i>	53,8	56,0	44,8	-9 d	-11 d
Fornecedores	1.151,8	2.291,1	1.370,0	18,9%	-40,2%
<i>Dias Fornecedores</i>	44,9	86,4	53,1	8 d	-33 d
Outros Ativos Correntes	296,0	360,5	400,3	35,2%	11,0%
Outros Passivos Correntes	430,6	379,6	421,2	-2,2%	11,0%
Capital de Giro	3.473,0	2.962,7	2.728,9	-21,4%	-7,9%
<i>Dias Capital de Giro</i>	107 d	90 d	85 d	-22 d	-5 d

O capital de giro atingiu R\$2,7 bilhões (-21,4% YoY), principalmente impactado por:

- ⊗ **Estoques (-7,7% YoY):** em função, principalmente, de menores preços de grãos no período.
- ⊗ **Adiantamento a fornecedores (-26,3% YoY):** Redução de adiantamento a fornecedores de grãos no Brasil.
- ⊗ **Contas a Receber (-17,3% YoY):** Redução impulsionada pela queda no volume e preço da categoria de alto giro no período, parcialmente compensada pelo crescimento das contas a receber no Uruguai.
- ⊗ **Fornecedores (+18,9% YoY):** Aumento impulsionado por grãos e café no Brasil, e pelo Uruguai, no internacional.

Sazonalidade Trimestral do Capital de Giro (R\$mn)



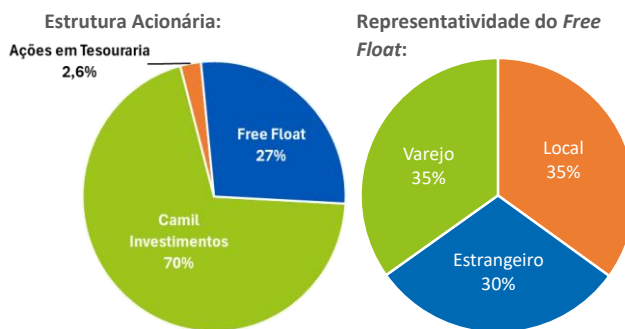
Vale destacar que a sazonalidade de capital de giro é relevante ao longo dos trimestres, conforme observado no gráfico acima, mais especificamente em estoques e recebíveis. Sendo assim, os primeiros trimestres do ano apresentam, normalmente, maior necessidade de capital de giro e consumo de caixa, enquanto o quarto trimestre apresenta uma liberação.

Estrutura e Performance Acionária

No 2T25, a Companhia possuía capital social total composto por 350 milhões de ações, sendo 95,8 milhões de ações em circulação no mercado (*free float*)^[1], representando aproximadamente 27% do capital total.

Em 31 de agosto de 2025, as ações da Camil (B3: CAML3) fecharam cotadas em R\$4,79/ação com *market cap* de R\$1,7 bilhão. O volume médio diário de negociação do trimestre foi de 1,2 milhão de ações, ou aproximadamente R\$6,1 milhões/dia.

Estrutura Acionária Agosto/2025



Agenda com o Mercado

O calendário com os próximos eventos de RI está disponível no website de Relações com Investidores da Companhia. As requisições para contato podem ser realizadas por meio do nosso canal de relações com investidores no site (<http://ri.camilalimentos.com.br/>) ou e-mail (ri@camil.com.br).

^[1] *Free float* exclui a participação detida por Camil Investimentos S.A., participações individuais dos acionistas controladores, outros administradores/partes relacionadas e ações em tesouraria. O Saldo da Camil Investimentos inclui participações individuais dos acionistas controladores.

Sobre a Camil Alimentos S.A.

A Camil (B3: CAML3) é uma das maiores plataformas de marcas alimentícias do Brasil e da América Latina, com portfólio diversificado de marcas nas categorias de grãos, açúcar, pescados, massas, café e biscoitos, e posições de liderança nos países em que atua. Listada em 2017 no Novo Mercado, o mais alto nível de governança corporativa da B3, a Camil possui operações no Brasil, Uruguai, Chile, Peru, Equador e Paraguai. Para mais informações visite www.camil.com.br/ri.

CAML
B3 LISTED NM

ISE B3
IGCT B3

ICON B3
ITAG B3

IBRA B3
INDX B3

IGC B3
SMLL B3

IGC-NM B3
IAGRO-FFS B3

Isenção de Responsabilidade

Certas porcentagens e outros valores incluídos neste documento foram arredondados para facilitar a sua apresentação. Dessa forma, os números apresentados como totais em algumas tabelas podem não representar a soma aritmética dos números que os precedem e podem diferir daqueles apresentados nas demonstrações financeiras. Os dados não financeiros e contábeis deste documento são dados não auditados. Este comunicado contém projeções e expectativas futuras da Companhia que se baseiam exclusivamente nas expectativas da administração da Camil sobre a realidade atual e conhecida de suas operações e, portanto, estão sujeitas a riscos e incertezas.

Apêndice – Informações Financeiras do Trimestre

Balanço Patrimonial Consolidado

Balanço Patrimonial Em R\$ Milhões	2T24	1T25	2T25	2T25	2T25
Data Fechamento	ago-24	mai-25	ago-25	VS 2T24	VS 1T25
Ativo Circulante	7.645,7	7.187,8	6.364,5	-16,8%	-11,5%
Caixa e Equivalentes de Caixa	2.648,4	1.624,3	1.907,2	-28,0%	17,4%
Contas a Receber	1.746,8	1.850,2	1.444,5	-17,3%	-21,9%
Instrumentos Financeiros - Derivativos	1,0	0,8	0,4	-59,7%	-50,6%
Estoques	2.429,3	2.758,0	2.251,7	-7,3%	-18,4%
Adiantamentos a Produtores	525,2	594,7	360,7	-31,3%	-39,3%
Impostos a Recuperar	195,6	218,1	224,7	14,9%	3,0%
Partes Relacionadas	20,7	74,6	93,1	350,9%	24,9%
Outros Ativos Circulantes	78,8	67,1	82,1	4,2%	22,4%
Ativo Não Circulante	4.437,5	4.954,6	4.975,7	12,1%	0,4%
Ativo Realizável a Longo Prazo	625,3	895,2	922,7	47,6%	3,1%
Aplicações Financeiras	14,4	1,2	3,4	-76,5%	176,6%
Tributos a Recuperar	79,8	107,0	108,6	36,0%	1,5%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	104,8	166,3	205,5	96,2%	23,6%
Adiantamentos a Produtores	36,8	55,6	53,3	44,7%	-4,1%
Partes Relacionadas	5,1	193,5	183,9	3521,7%	-5,0%
Estoques	21,3	14,4	9,5	-55,2%	-33,9%
Depósitos Judiciais	36,4	42,9	45,5	25,1%	6,0%
Ativo de Indenização	310,7	301,7	302,5	-2,6%	0,3%
Outros Ativos Longo Prazo	16,1	12,6	10,5	-34,7%	-16,7%
Ativo Permanente	3.812,2	4.059,4	4.053,0	6,3%	-0,2%
Investimentos	88,7	89,4	90,6	2,1%	1,2%
Imobilizado Líquido	2.304,8	2.549,5	2.570,7	11,5%	0,8%
Ativo Intangível	1.145,5	1.147,7	1.132,8	-1,1%	-1,3%
Ativos de Direito de Uso	245,4	244,8	231,0	-5,9%	-5,6%
Propriedades de Investimento	27,9	27,9	27,9	0,0%	0,0%
				n.a.	n.a.
Ativo Total	12.083,2	12.142,4	11.340,2	-6,1%	-6,6%
Passivo Circulante	3.630,3	5.064,5	4.218,5	16,2%	-16,7%
Fornecedores	1.151,8	2.291,1	1.370,0	18,9%	-40,2%
Empréstimos e Financiamentos	1.449,9	1.509,1	1.529,1	5,5%	1,3%
Derivativos	-	0,42	3,6	n.a.	771,6%
Debêntures	597,9	884,8	898,2	50,2%	1,5%
Passivo de Arrendamento	46,3	54,4	50,7	9,4%	-6,9%
Adiantamento a Clientes	45,6	33,0	55,1	20,8%	66,7%
Partes Relacionadas	26,4	9,3	30,2	14,1%	223,3%
Salários, Provisões e Contribuições Sociais	72,6	75,7	80,1	10,3%	5,8%
Dividendos e JCP a Pagar	7,0	-	7,1	1,5%	n.a.
Impostos a Pagar	47,9	41,0	44,7	-6,7%	9,0%
Provisão para férias e Encargos	67,0	67,5	72,2	7,8%	7,0%
Parcelamento de Impostos	4,9	-	-	n.a.	n.a.
Contas a pagar aquisição de Investimentos	14,5	9,4	9,4	-35,2%	-0,8%
Outros Passivos Circulantes	98,5	88,7	68,2	-30,7%	-23,1%
Passivo Longo Prazo	5.012,4	3.588,7	3.691,6	-26,4%	2,9%
Empréstimos e Financiamentos	1.462,8	887,9	980,1	-33,0%	10,4%
Passivo de Arrendamento	217,2	211,3	201,3	-7,3%	-4,7%
Debêntures	2.758,7	1.959,2	1.968,7	-28,6%	0,5%
Parcelamento de Impostos	10,2	-	-	n.a.	n.a.
Imposto de Renda Diferido	82,6	45,7	42,9	-48,0%	-6,1%
Provisão para Demandas Judiciais	371,4	373,9	381,9	2,8%	2,2%
Contas a pagar aquisição de Investimentos	86,7	74,8	82,9	-4,3%	10,9%
Outros Passivos Longo Prazo	22,9	35,9	33,6	46,8%	-6,2%
Passivo Total	8.642,7	8.653,2	7.910,1	-8,5%	-8,6%
				n.a.	n.a.
Capital Social Realizado	950,4	950,4	950,4	0,0%	0,0%
(-) Gastos com emissão de ações	(12,4)	(12,4)	(12,4)	0,0%	0,0%
(-) Ações em Tesouraria	(68,5)	(68,5)	(68,5)	0,0%	0,0%
Reservas de Lucros	1.704,9	1.871,8	1.821,8	6,9%	-2,7%
Reserva de Capital	22,9	24,3	25,2	10,0%	3,7%
Lucros acumulados do período	197,2	66,0	144,7	-26,6%	119,2%
Ajuste de Avaliação Patrimonial	(21,1)	(21,1)	(21,1)	0,0%	0,0%
Outros Resultados Abrangentes	666,9	678,4	589,6	-11,6%	-13,1%
Participação de acionistas não controladores	0,3	0,3	0,3	9,4%	2,6%
Patrimônio Líquido	3.440,6	3.489,2	3.430,0	-0,3%	-1,7%
Passivo Total & Patrimônio Líquido	12.083,2	12.142,4	11.340,2	-6,1%	-6,6%

Demonstrações de Resultado Consolidado

Demonstrativos (em R\$ milhões)	2T24	1T25	2T25	2T25	2T25
Data Fechamento	ago-24	mai-25	ago-25	VS 2T24	VS 1T25
Receita Bruta	3.738,9	3.123,5	3.430,6	-8,2%	9,8%
(-) Deduções de Vendas	(477,3)	(436,2)	(451,0)	-5,5%	3,4%
Receita Líquida	3.261,6	2.687,3	2.979,7	-8,6%	10,9%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(2.563,3)	(2.081,2)	(2.305,9)	-10,0%	10,8%
Lucro Bruto	698,3	606,1	673,8	-3,5%	11,2%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm.	(477,9)	(443,1)	(497,9)	4,2%	12,4%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	1,1	3,3	7,8	640,4%	140,4%
Lucro Operacional (EBIT)	221,4	166,2	183,7	-17,0%	10,5%
(+/-) Resultado Financeiro	(89,5)	(118,4)	(141,6)	58,3%	19,6%
Resultado antes Impostos	132,0	47,9	42,1	-68,1%	-12,1%
Total Imposto de Renda / CSLL	(13,2)	18,1	36,6	n.a.	102,0%
Lucro/Prejuízo Líquido	118,8	66,0	78,7	-33,7%	19,3%
Reconciliação EBITDA					
Lucro/Prejuízo Líquido	118,8	66,0	78,7	-33,7%	19,3%
(-) Resultado Financeiro Líquido	89,5	118,4	141,6	58,3%	19,6%
(-) Imposto de Renda / CSLL	13,2	(18,1)	(36,6)	n.a.	102,0%
(-) Depreciação e Amortização	66,1	66,9	66,9	1,2%	0,0%
(=) EBITDA	287,6	233,1	250,6	-12,9%	7,5%
Margens					
Margem Bruta	21,4%	22,6%	22,6%	1,2pp	0,1pp
Margem EBITDA	8,8%	8,7%	8,4%	-0,4pp	-0,3pp
Margem Líquida	3,6%	2,5%	2,6%	-1,0pp	0,2pp

Demonstrações de Resultado por Segmento

Brasil	2T24	1T25	2T25	2T25	2T25
Data Fechamento	ago-24	mai-25	ago-25	VS 2T24	VS 1T25
Receita Líquida	2.357,2	1.932,7	2.065,7	-12,4%	6,9%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(1.874,5)	(1.511,8)	(1.600,2)	-14,6%	5,8%
Lucro Bruto	482,7	420,9	465,4	-3,6%	10,6%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(331,5)	(305,1)	(329,8)	-0,5%	8,1%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	(0,3)	2,3	2,6	n.a.	14,5%
Lucro Operacional (EBIT)	150,9	118,1	138,2	-8,4%	17,1%
(+/-) Resultado Financeiro	(76,0)	(110,1)	(127,8)	68,2%	16,1%
Resultado antes Impostos	74,9	8,0	10,4	-86,1%	30,0%
Total Imposto de Renda / CSLL	(2,3)	16,2	33,7	n.a.	108,2%
Lucro/Prejuízo Líquido	72,5	24,2	44,1	-39,2%	82,4%
Reconciliação EBITDA					
Lucro/Prejuízo Líquido	72,5	24,2	44,1	-39,2%	82,4%
(+) Resultado Financeiro Líquido	76,0	110,1	127,8	68,2%	16,1%
(+) Imposto de Renda / CSLL	2,3	(16,2)	(33,7)	n.a.	108,2%
(+) Depreciação e Amortização	45,0	44,8	45,3	0,7%	1,0%
(=) EBITDA	195,8	162,9	183,5	-6,3%	12,7%
Margens					
Margem Bruta	20,5%	21,8%	22,5%	2,1pp	0,8pp
Margem EBITDA	8,3%	8,4%	8,9%	0,6pp	0,5pp
Margem Líquida	3,1%	1,3%	2,1%	-0,9pp	0,9pp
Internacional	2T24	1T25	2T25	2T25	2T25
Data Fechamento	ago-24	mai-25	ago-25	VS 2T24	VS 1T25
Receita Líquida	904,4	754,7	914,0	1,1%	21,1%
(-) Custo das Vendas e Serviços	(688,8)	(569,4)	(705,7)	2,5%	23,9%
Lucro Bruto	215,6	185,2	208,3	-3,4%	12,5%
(-) Despesas com Vendas, Gerais e Adm	(146,3)	(138,0)	(168,1)	14,9%	21,8%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais e Equivalência Patrimonial	1,3	1,0	5,2	298,1%	433,4%
Lucro Operacional (EBIT)	70,6	48,2	45,5	-35,6%	-5,6%
(+/-) Resultado Financeiro	(13,4)	(8,3)	(13,7)	2,2%	65,9%
Resultado antes Impostos	57,1	39,9	31,7	-44,5%	-20,5%
(+/-) Total Imposto de Renda / CSLL	(10,9)	1,9	2,9	n.a.	49,9%
Lucro/Prejuízo Líquido	46,2	41,8	34,6	-25,1%	-17,3%
Reconciliação EBITDA					
Lucro/Prejuízo Líquido	46,2	41,8	34,6	-25,1%	-17,3%
(+) Resultado Financeiro Líquido	13,4	8,3	13,7	2,2%	65,9%
(+) Imposto de Renda / CSLL	10,9	(1,9)	(2,9)	n.a.	49,9%
(+) Depreciação e Amortização	21,2	22,1	21,6	2,2%	-1,9%
(=) EBITDA	91,7	70,2	67,1	-26,9%	-4,5%
Margens					
Margem Bruta	23,8%	24,5%	22,8%	-1,0pp	-1,7pp
Margem EBITDA	10,1%	9,3%	7,3%	-2,8pp	-2,0pp
Margem Líquida	5,1%	5,5%	3,8%	-1,3pp	-1,8pp

Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa					
Em R\$ Milhões	2T24	1T25	2T25	2T25	2T25
Data Fechamento	ago-24	mai-25	ago-25	VS 2T24	VS 1T25
Lucro Líquido antes de Impostos e Contribuição Social	132,0	47,9	42,1	-68,1%	-12,1%
Resultado de Equiv. Patrimonial	1,7	-	(6,2)	n.a.	n.a.
Encargos Financeiros provisionados	216,9	160,2	164,7	-24,1%	2,8%
Juros provisionados - Passivo Arrendamento	4,0	4,2	4,0	-0,6%	-5,7%
Provisão Devedores Duvidosos	6,2	1,7	(0,4)	n.a.	n.a.
Provisão para Descontos	(2,4)	18,7	(2,3)	-4,3%	n.a.
Provisão Demandas Judiciais	31,1	5,3	8,8	-71,7%	64,6%
Provisão (Reversão) outras contas	6,3	(0,7)	(8,1)	n.a.	1045,0%
Depreciação	66,1	66,9	66,9	1,2%	0,0%
Baixa bens do Imobilizado e Intangível	5,1	21,3	(16,6)	n.a.	n.a.
Baixa - ativo de direito de uso	4,0	(0,0)	-	n.a.	n.a.
Ações Outorgadas	2,4	(2,1)	1,3	-43,0%	n.a.
Recursos de Operações	473,3	323,5	254,2	-46,3%	-21,4%
(Aum.) / Dim. Em:	-	-	-	n.a.	n.a.
Ativo Circulante	429,4	(1.937,8)	1.051,1	144,8%	n.a.
Contas a Receber	203,2	(725,9)	384,7	89,3%	n.a.
Estoques	152,3	(1.162,5)	707,2	364,3%	n.a.
Impostos a Recuperar	43,1	(13,0)	(12,1)	n.a.	-7,2%
Partes Relacionadas	38,4	(20,9)	(12,0)	n.a.	-42,4%
Outros Ativos Circulantes	(7,5)	(15,5)	(16,7)	123,1%	7,5%
Passivo Circulante	(1.081,4)	857,5	(968,6)	-10,4%	n.a.
Fornecedores	(848,9)	1.014,2	(826,3)	-2,7%	n.a.
Sal., Prov. e Contr. Sociais	11,4	17,5	11,3	-1,4%	-35,6%
Obrigações Tributárias	(30,8)	(20,6)	(1,7)	-94,5%	-91,7%
Partes Relacionadas	3,5	5,9	4,3	22,6%	-27,0%
Adiantamento a Clientes	(33,0)	(18,3)	22,0	n.a.	n.a.
Outros Passivos Circulantes e não circulantes	(59,9)	13,1	(36,4)	-39,2%	n.a.
Juros pagos sobre Empréstimos	(120,1)	(139,1)	(144,0)	19,9%	3,5%
Pagamento de IRPJ e CSLL	(3,7)	(15,3)	2,3	n.a.	n.a.
Fluxo de Caixa de Operações	(178,7)	(756,9)	336,8	n.a.	n.a.
Aplicações Financeiras	(0,3)	15,5	(2,2)	524,9%	n.a.
Dividendos Recebidos	-	-	0,5	n.a.	n.a.
Venda Imobilizado	0,5	0,3	0,6	23,6%	113,3%
Adições a Investimentos	(34,1)	-	0,1	n.a.	n.a.
Adições Imobilizado e Intangível	(66,5)	(119,9)	(155,3)	133,7%	29,6%
Fluxo de Caixa de Investimentos	(100,4)	(104,0)	(156,3)	55,7%	50,3%
Captação de Empréstimos	1.165,3	630,6	494,3	-57,6%	-21,6%
Liquidação de Empréstimos	(197,6)	(627,5)	(335,6)	69,8%	-46,5%
Pagamentos de passivo de arrendamento	(16,6)	(17,8)	(17,1)	2,9%	-4,0%
Dividendos e JSCP	(25,0)	(25,0)	(25,0)	0,0%	0,0%
Fluxo de Caixa Financiamento	926,1	(39,7)	116,6	-87,4%	n.a.
Variação cambial sobre Caixa e Equivalentes	(25,9)	(5,2)	(14,1)	-45,5%	174,4%
Variação em Disponibilidades	621,0	(905,8)	282,9	-54,5%	n.a.
Disponibilidades Início Período	2.027,4	2.530,2	1.624,4	-19,9%	-35,8%
Disponibilidades Final Período	2.648,4	1.624,4	1.907,2	-28,0%	17,4%



Earnings Release

2Q25

The audio recording of management's comments is now available on the Investor Relations website.

Q&A

Time:
11h00 (BRT)
10h00 (EST)
In Portuguese with simultaneous translation into English.

To connect:

The link to the conference call is available on the Investor Relations Website

Participants

Luciano Quartiero
CEO
Flavio Vargas
CFO/IRO

Investor Relations

Jenifer Nicolini
Flavio Rios
Marco Correia
Contact:
ri@camil.com.br



CAMIL ANNOUNCES 2Q25 RESULTS

Camil posts Net Revenue of R\$3.0 billion,
with EBITDA of R\$251 million and an 8.4% margin in 2Q25.

São Paulo, October 9, 2025 – Camil (“Camil” or “Company”) (B3: Camil) announces its results for the second quarter of 2025 (2Q25 – June 2025 to August 2025). In this release, the information is presented in accordance with IFRS and represents the Company’s consolidated results in millions of Reais (R\$), with YoY comparisons referring to the second quarter of 2024 (2Q24 – June 2024 to August 2024) and QoQ comparisons to the first quarter of 2025 (1Q25 – March 2025 to May 2025), except where otherwise specified.

Highlights

Volumes	In 2Q25, volume increased by +6.8% YoY and +24.9% QoQ, reaching 634.2 thousand tons, driven by growth in the international segment (+26.0% YoY and +40.9% QoQ), partially offset by a -2.1% YoY decline in Brazil, with a sequential improvement of +17.0% QoQ.
Revenue	Gross Revenue of R\$3.4 billion (-8.2% YoY and +9.8% QoQ) in 2Q25, and Net Revenue of R\$3.0 billion (-8.6% YoY and +10.9% QoQ) in 2Q25.
Gross Profit	Gross Profit of R\$673.8 million (-3.5% YoY and +11.2% QoQ), with a margin of 22.6% (+1.2 p.p. YoY and +0.1 p.p. QoQ) in 2Q25.
EBITDA	EBITDA of R\$250.6 million (-12.9% YoY and +7.5% QoQ), with a margin of 8.4% (-0.4 p.p. YoY and -0.3 p.p. QoQ).
Net income/Loss	Net Income of R\$78.7 million (-33.7% YoY and +19.3% QoQ), with a net margin of 2.6%.
Capex	Capex of R\$155.3 million (+133.5% YoY and +29.5% QoQ) in the quarter, with a more concentrated phasing of investments during this period.
Debt	Net Debt/EBITDA LTM of 4.1x (+0.6x YoY) in 2Q25.

Highlights	2Q24	1Q25	2Q25	2Q25	2Q25
Closing Date	Aug-24	May-25	Aug-25	VS 2Q24	VS 1Q25
Gross Revenues	3,738.9	3,123.5	3,430.6	-8.2%	9.8%
Net Revenues	3,261.6	2,687.3	2,979.7	-8.6%	10.9%
Gross Profit	698.3	606.1	673.8	-3.5%	11.2%
Gross Margin (%)	21.4%	22.6%	22.6%	1.2pp	0.1pp
EBITDA	287.6	233.1	250.6	-12.9%	7.5%
EBITDA Margin (%)	8.8%	8.7%	8.4%	-0.4pp	-0.3pp
Net Income/Loss	118.8	66.0	78.7	-33.7%	19.3%
Net Margin (%)	3.6%	2.5%	2.6%	-1.0pp	0.2pp
Capex ex M&A	66.5	119.9	155.3	133.5%	29.5%
Net Debt/LTM EBITDA (x)	3.5x	4.1x	4.1x	0.6x	0.0x
Highlights	2Q24	1Q25	2Q25	2Q25	2Q25
Volumes ('000 ton)	Aug-24	May-25	Aug-25	VS 2Q24	VS 1Q25
Volume - Consolidated	593.6	507.7	634.2	6.8%	24.9%
Brazil	405.7	339.7	397.4	-2.1%	17.0%
High Turnover	357.6	292.6	352.1	-1.5%	20.4%
High Growth	48.1	47.1	45.2	-6.0%	-4.0%
International	187.9	168.0	236.8	26.0%	40.9%
Net Prices (R\$/kg)					
Brazil					
High Turnover	4.90	3.96	3.54	-27.8%	-10.8%
High Growth	13.06	13.96	15.62	19.6%	11.9%
International	4.81	4.49	3.86	-19.8%	-14.1%

Summary

Highlights	1
Management from the management	3
Main Events	4
ESG	4
Award and recognitions	5
Operational Performance	7
Consolidated Results	9
Results per Segment	9
Financial performance	10
Stock Performance Shareholder Structure	14
Agenda with the market	14
Disclaimer	15
Appendix – Financial Informations of the quarter	16

Message from Management

In 2Q25, Camil reported net revenue of R\$3.0 billion, with EBITDA of R\$251 million and a margin of 8.4%, representing sequential growth of 10.9% in revenue and 7.5% in EBITDA. On the operational side, we highlight the 6.8% year-over-year growth in consolidated volumes, driven mainly by the international operations, while the sequential volume increase of 24.9% reflected the strong performance of high-turnover products in Brazil and in the international segment.

In the high-turnover category in Brazil (grains and sugar), the quarter was positive for grains, with volumes aligned with seasonality. The year-over-year comparison reflects a stronger base in 2Q24, when high-turnover prices were higher due to stronger demand during the period, driven by the rice restocking movement following the tragedy in Rio Grande do Sul in May and June 2024. In sugar, unlike previous quarters, we observed a gradual improvement in profitability, supported by cost reductions that have contributed to more favorable margins.

In the high-growth categories, we remain focused on fish, pasta, coffee, and biscuits, reaffirming our strategy of strengthening the portfolio. In fish, the typical seasonality of the period led to a sequential decline in volumes, but profitability remained at solid levels. Pasta and biscuits continue to show relevant expansion opportunities, with the Camil product line gaining traction in pasta in the São Paulo metropolitan region and the brand revitalization campaigns for Mabel strengthening biscuits. In coffee, we observed a recovery in volumes, supported by portfolio expansion through innovation and branding, with special emphasis on União coffee capsules, which reinforce the Company's premium positioning.

In the international market, the highlight was Uruguay, which maintained a positive trajectory in export growth, in line with the greater rice supply from the latest harvest. On the other hand, profitability was under pressure in Peru, reflecting a more challenging local environment during the period. Additionally, as a subsequent event, we announced the completion of the transaction that enables our entry into the Paraguayan rice market, expanding our Latin American platform and diversifying rice sourcing in the region. This step strengthens our position as one of the largest food companies in Latin America and enhances the competitiveness of the rice business in our area of operation.

In ESG, we highlight the publication of the 2024 Sustainability Report, which consolidates the Company's main advances in its environmental, social, and governance fronts. These initiatives reinforce Camil's commitment to sustainable development, the creation of shared value, and the positive transformation of the sector in which we operate.

With more than 60 years of history, we continue to build a solid trajectory, with strong brands, efficient operations, and strategic initiatives that support our growth and leadership in the sector. We remain confident that, with disciplined execution and close relationships with clients, consumers, and other stakeholders, we will continue to move forward in a consistent and sustainable manner, consolidating Camil as one of the largest branded food companies in Latin America.

Luciano Quartiero
CEO

Flavio Vargas
CFO and IRO

Main Events

September 2025: Corporate Governance Report

In September 2025, Camil published its 2025 Brazilian Corporate Governance Code Report. We maintained a high level of compliance, further strengthening our governance. To access the Report, please visit the Company's Investor Relations website.

September 2025: Completion of Acquisition in Paraguay

On September 1, 2025, after the corporate reorganization and the precedent conditions, Camilatam S.A. (a subsidiary of the Company) acquired all shares of Villa Oliva Rice S.A., consolidating the Company's entry into the Paraguayan rice market and expanding its presence in the food segment in South America.

August 2025: Approval of Interest on Equity (JCP) and Dividend Payment

On August 28, 2025, the Company's Board of Directors approved the payment of Interest on Equity in the amount of R\$19 million, corresponding to a gross unit value of approximately R\$0.06 per share. On the same date, the Board of Directors also approved the payment of Dividends in the amount of R\$6 million, corresponding to a gross unit value of approximately R\$0.02 per share. Both payments were made on September 11, 2025.

July 2025: Publication of the Sustainability Report

On July 15, 2025, Camil published its Sustainability Report, outlining the environmental, social, and governance practices, performance, and impact that the Company has been implementing across its value chain.

ESG

In 2025, Camil consolidated consistent progress in its ESG strategy, built on the generation of sustainable value and the integration of environmental, social, and governance factors into the Company's business development and growth. The publication of the new Sustainability Report in 2Q25 reinforces our initiatives, with improvements in reporting methodologies across Brazil, Uruguay, Chile, Peru, and Ecuador.

We carried out a comprehensive update of the materiality matrix, with direct engagement of strategic stakeholders in all the countries where we operate. This process resulted in the definition of 11 priority topics, assigned to different areas and departments, which act in a cross-functional manner to guide the Company's initiatives.

On the environmental pillar, we advanced with a focus on renewable energy through the project of a new thermoelectric plant in Cambaí (RS), which will use 100% of the rice husk generated in our operations in the region for energy production. This initiative strengthens our circular economy strategy by transforming industrial waste into a renewable source and will begin operations in 2026.

On the social front, our proprietary community impact programs also evolved. The "Grãos da Base" project, under the Camil brand, continues to certify small local businesses in sustainable practices and entrepreneurial management. Meanwhile, the "Doce Futuro" project, under the União brand, trained more than one thousand students in communities surrounding our operations. Both initiatives reinforce our vision of productive inclusion and strengthen the connection between our brands and the communities.

On the governance pillar, we highlight, as a subsequent event, the publication of the Brazilian Corporate Governance Report, which showcases the best practices adopted by companies under the CBGC's "comply or explain" model. The document is available at the CVM and on our Investor Relations website.

The reported advances reaffirm our commitment to the principles of the UN Global Compact and the Sustainable Development Goals (SDGs). As recognition, we remained, for the third consecutive year, in B3's Corporate Sustainability Index (ISE) portfolio, effective as of May 2025. We continue to strengthen our ESG strategy with consistency, innovation, and the engagement of all stakeholders who are part of our journey. We reiterate our gratitude to employees, partners, clients, and communities for their shared commitment to building a more sustainable future.



Awards and Recognitions

- ③ **The Most Valuable and Strongest Brands in Brazil:** Época Negócios Magazine. 37th position among the 100 most valuable companies in Brazil.
- ③ **Ranking of the 5 Largest Manufacturers in Brazil:** Super Varejo Magazine. Rice (1st in Brazil), Sugar (1st in Brazil), Tuna (2nd in Brazil), Sardines (2nd in Brazil), Pasta (1st in MG, RJ, and ES).
- ③ **Meu Fornecedor – Food:** Super Hiper/ABRAS Magazine. White Rice (1st in Brazil), Brown Rice (2nd in Brazil), Beans (2nd in Brazil), Tuna (2nd in Brazil), Sardines (2nd in Brazil), Pasta (1st in MG, RJ, and ES).
- ③ **The Best of São Paulo – Cuisine:** Folha de São Paulo. Rice and Beans (Camil) and Sugar (União). Ranking Institutional Investor 2025:

The 2025 results consolidate Camil as a reference in governance, transparency, and investor relations in Latin America.

- Within the Small Cap universe, we achieved 1st place in all categories.
- In the overall ranking, we reached the top 10 in all categories, ranking #1 for Best Investor/Analyst Event.

2025 All-Latin Executive Team – Food & Beverages (Small Caps)

In the Small Cap category, Camil ranked first in all evaluated categories.

- Best CEO – Luciano Quartiero - #1
- Best CFO – Flavio Vargas - #1
- Best IR Professional – Jenifer Nicolini - #1
- Best Company Board - #1
- Best ESG Program - #1
- Best Investor/Analyst Event - #1
- Best IR Program - #1
- Best IR Team - #1

Brands and New Realeases

“Camil, a Base do Brasil”: In 2Q25, the Camil brand remained strong in building its positioning as the **“foundation of Brazil”** with the launch of the campaign **“Icons of Brazilianness,”** featuring singer **Thiaguinho** as the brand’s ambassador. The campaign reinforces that rice and beans are the foundation for every Brazilian – both those still on their journey and those who have already achieved success. The communication will remain active throughout the third quarter, focusing on the São Paulo and Minas Gerais markets, supported by a robust media plan that includes activations on major news portals and leading digital platforms such as Meta and Google.

Camil also debuted as the official **sponsor of the 10-year Tardezinha tour**, the largest music tour in Brazil, strengthening the brand’s Brazilianness territory and reinforcing its connection with Thiaguinho. With activations carried out in the 8 cities where the tour has taken place so far, the brand will remain a sponsor until the tour concludes in December.

At the **35th Tiradentes Culture and Gastronomy Festival**, we were present and reached more than 75 thousand people who attended the event over the two weekends in August. The brand was featured through a variety of activations, including the naming rights of the live kitchen and partnerships with local restaurants, strengthening Camil’s connection



with regional gastronomy. Finally, we launched the first class of the third year of the **Grãos da Base Business School** in partnership with the NGO Arrastão. The goal is to train 80 businesses by the end of the year.

And to learn more about Camil’s brand initiatives? [Visit the Camil Grains brand website.](#)

União, New Espresso Coffee: In the second quarter, the União brand directed its investments toward the coffee category, with emphasis on the continued launch of **União Espresso Coffee Capsules**. The initiative was supported by an execution plan in the main strategic markets — São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina, and Rio Grande do Sul — including the rollout of point-of-sale materials, retail tasting activities, and a presence at major events such as Scantech (In) Motion, the XP CEO Conference, and the 26th Santander Conference, which brought together influential consumers and opinion leaders.

The **new União Espresso Coffee** offers five exclusive flavors, developed with proprietary sensory profiles and varying intensities, delivering a unique experience of creaminess and character. Compatible with the **Nespresso® Original** system, the line includes five options: Amaro (Intensity 12) – bold, with toasted notes and dark chocolate; Ristretto (Intensity 11) – intense, with hints of nuts; Clássico (Intensity 9) – balanced, with touches of almonds and caramel; Velluto (Intensity 8) – smooth and velvety, with sweet, fruity, and honey notes; and Ristretto Decaffeinato (Intensity 9) – a decaffeinated version, intense, with notes of dark chocolate and nuts.

For sweeteners, **União**, through the **Doce Futuro** program in partnership with the Capim Santo Institute, supported the Professional Pastry Course. With 60 hours of technical content, the training provided tools for 1,239 participants, across 58 classes and 19 kitchens distributed throughout the five regions of São Paulo, in vulnerable situations, to either become entrepreneurs or enter the gastronomy market, generating social impact and income opportunities.

Want to learn more about União's brand initiatives? [Visit the União brand website.](#)

“Coqueiro, o Peixe da Hora de Verdade”: In 2Q25, the Coqueiro brand concluded its Lent promotion: “Coqueiro Promo – The Fish of the Winning Moment.” The two-month nationwide promotion offered instant cash prizes, raffle prizes, and instant personalized jar giveaways in partnership with Oxford. The promotion was a success at the point of sale, with an increase in the number of users and registered products compared to 2024 (even with one month less of promotion duration) and market share gains during the period in Sardines and Tuna.

This result marked the brand's best promotional performance in terms of user participation over the last eight years of promotions, during a period when consumer engagement is heightened due to Lent. To achieve this outcome, in addition to bringing the promotion to smaller points of sale, with more than 2,000 stores activated, the brand launched three promotional videos distributed digitally, which together garnered more than 36 million views.



Want to learn more about Coqueiro's brand initiatives? [Visit the Coqueiro brand website.](#)

“Santa Amália, por uma Vida mais Massa”: Emotional connection and consumer relationships were the main pillars that contributed to differentiation and superiority in the second quarter of this cycle, through the reinforcement of “Por uma Vida Mais Massa” With content amplifying this message, Chef Ju Lima (@chefjulima) was featured with reinterpretations of traditional dishes, incorporating ingredients from Minas Gerais, as well as a special dish for Father's Day.



On social media, we continued investing in promoting the launch of the new packaging, designed to modernize Santa Amália's visual identity, making the shopping experience clearer, more attractive, and more distinctive.

Want to learn more about Santa Amália's brand initiatives? [Visit the Santa Amália brand website.](#)

“Mabel, Pra se Sentir em Casa”: In 2Q25, the Mabel brand continued to evolve its positioning “To Feel at Home.” In addition to the recipe platform, which continues to expand consumption occasions and showcase the versatility of its portfolio, the brand celebrated Grandparents' Day with a special campaign alongside three influencers with a combined following of 20 million. The “Grandparents' Wisdom vs. Artificial Intelligence” initiative promoted a fun and affectionate dialogue, strengthening intergenerational bonds. With this strategy, Mabel sought to reinforce its emotional positioning by associating with special dates that foster genuine connections with consumers. The brand is now preparing to launch its communication campaign and a portfolio innovation, scheduled for 3Q25.



Want to learn more about Mabel's brand initiatives? [Visit the Mabel brand Instagram page.](#)

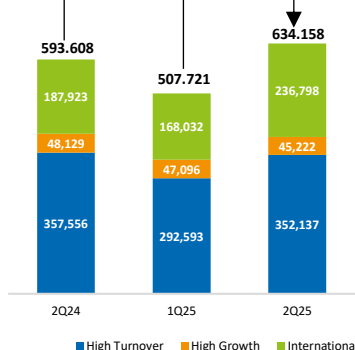
Operational Performance

Evolution of Volume (K tons)

Volumes 2Q25 vs. 2Q24 (k ton)

+6.8% YoY

+24.9% QoQ



Breakdown (%)

Net Revenue (%)



Volume (%)



Consolidated volume showed annual **growth (+6.8% YoY)**, driven by the international segment **(+26.0% YoY)** in the quarter. This increase was partially offset by a decline in the Brazil segment **(-2.1% YoY)**, impacted by both the **high-turnover category (-1.5% YoY)** and the **high-growth category (-6.0% YoY)**.

Sequentially, volume grew **(+24.9% QoQ)**, mainly due to the international segment **(+40.9% QoQ)** and the high-turnover category **(+20.4% QoQ)**, partially offset by a decrease in **high-growth volumes (-4.0% QoQ)** due to the low seasonality of fish products during the period.

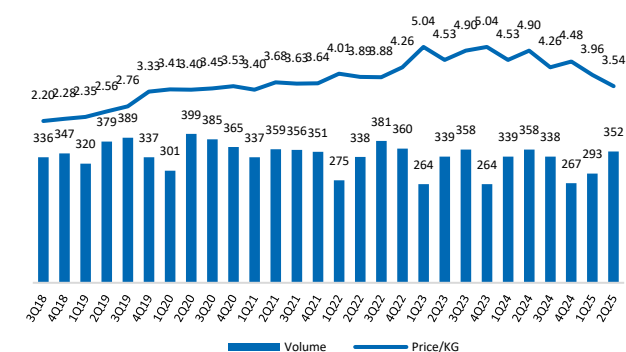
Classification by Category: **High Turnover**: categories in Brazil of grains (rice, beans and other grains) and sugar; **High Growth**: categories in Brazil of canned fish, pasta, cookies and coffee; **International**: Uruguay, Chile, Peru and Ecuador.

High-turnover



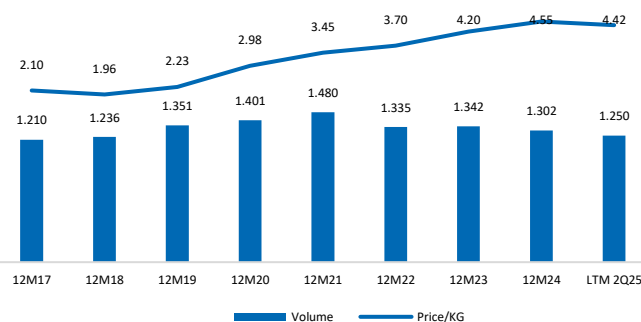
- Volume: 352 thousand tons, -1.5% YoY and +20.4% QoQ in 2Q25.
- Net Price: R\$3.54/kg, -27.8% YoY and -10.8% QoQ in 2Q25.
- Sales Mix: In the year-over-year comparison, volume contraction was concentrated in grains, due to the strong comparative base from the same period of the previous year (high demand for rice stocking during the floods tragedy in Rio Grande do Sul). The YoY performance was partially offset by the expansion in sugar, whose profitability has been gradually improving. Sequentially, we observed a volume increase of +20.4%, supported by the recovery in sugar, with specific export operations carried out during the period.
- Market: Rice: R\$67.87/bag (-41.4% YoY and -12.1% QoQ) in 2Q25, Beans: R\$213.93/bag (-10.2% YoY and -6.5% QoQ) in 2Q25. Sugar: R\$121.38/bag (-8.8% YoY and -13.2% QoQ) in 2Q25.

High Turnover – Quarterly Volume Evolution (K tons) and Net Price (R\$/kg)



Source: Company

High Turnover – Annual Volume Evolution (K tons) and Net Price (R\$/Kg)



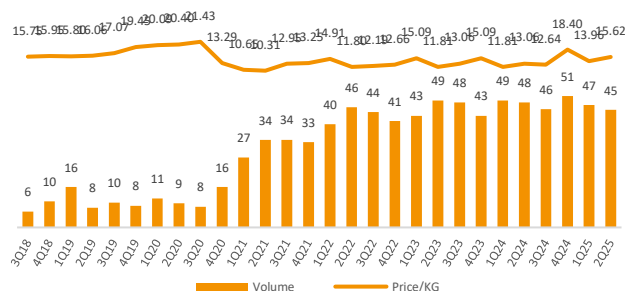
Source: Company

High Growth



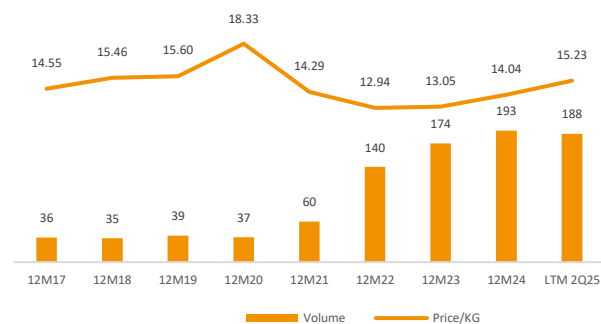
- Volume: 45.2 thousand tons, -6.0% YoY and -4.0% QoQ in 2Q25.
- Net Price: R\$15.6/kg, +19.6% YoY and +11.9% QoQ in 2Q25.
- Sales Mix Decline in high-growth volumes in the year-over-year comparison, driven by fish and pasta. In the sequential analysis, the result was impacted by the lower seasonality of fish sales, typical for the period. Both were partially offset by volume growth in coffee.
- Market³: Wheat: R\$1,460.40/ton (+4.4% YoY and +4.0% QoQ) in 2Q25. Coffee: R\$1,962.25/ton (+40.0% YoY and -22.0% QoQ) in 2Q25.

High Growth – Quarterly Volume Evolution (k tons) and Net Price (R\$/kg)



Source: Company

High Growth - Annual Volume Evolution (k tons) and Net Price (R\$/kg)

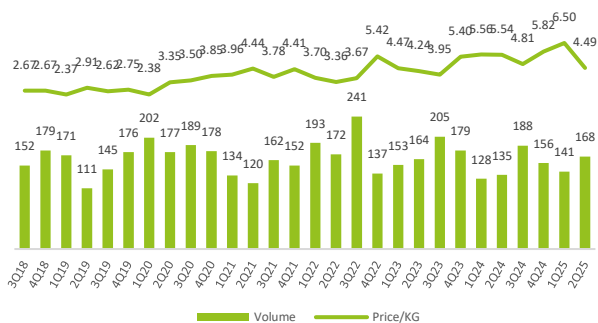


Source: Company

Internacional

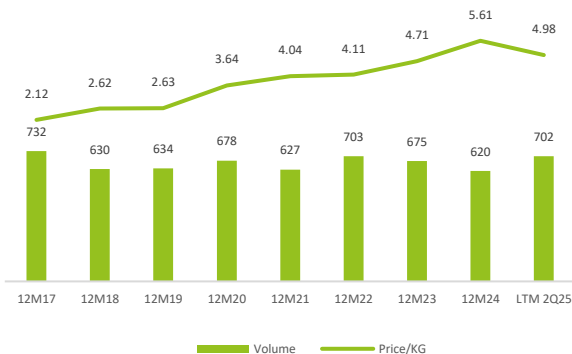
In the international segment, sales volume reached 236.8 thousand tons in 2Q25 (+26.0% YoY and +40.9% QoQ). Growth in both the year-over-year and sequential comparisons was driven by higher export levels in Uruguay and increased volume in Chile, partially offset by lower volumes in Peru and reduced rice prices in the segment.

International – Quarter Volume Evolution (k tons) and Net Price (R\$/kg)



Source: Company

International – Annual Volume Evolution (k tons) and Net Price (R\$/kg)



Source: Company

Consolidated Income Statements

Statements (in R\$ millions)	2Q24	1Q25	2Q25	2Q25	2Q25
Closing Date	Aug-24	May-25	Aug-25	VS 2Q24	VS 1Q25
Gross Revenues	3,738.9	3,123.5	3,430.6	-8.2%	9.8%
(-) Sales Deductions	(477.3)	(436.2)	(451.0)	-5.5%	3.4%
Net Revenues	3,261.6	2,687.3	2,979.7	-8.6%	10.9%
(-) Cost of Sales and Services	(2,563.3)	(2,081.2)	(2,305.9)	-10.0%	10.8%
Gross Profit	698.3	606.1	673.8	-3.5%	11.2%
(-) SG&A	(477.9)	(443.1)	(497.9)	4.2%	12.4%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	1.1	3.3	7.8	640.4%	140.4%
EBIT	221.4	166.2	183.7	-17.0%	10.5%
(+/-) Financial Result	(89.5)	(118.4)	(141.6)	58.3%	19.6%
Pre-Tax Income	132.0	47.9	42.1	-68.1%	-12.1%
(-) Total Income Taxes	(13.2)	18.1	36.6	n.a.	102.0%
Net Income/Loss	118.8	66.0	78.7	-33.7%	19.3%
EBITDA Reconciliation					
Net Income/Loss	118.8	66.0	78.7	-33.7%	19.3%
(-) Net Financial Result	89.5	118.4	141.6	58.3%	19.6%
(-) Income Taxes	13.2	(18.1)	(36.6)	n.a.	102.0%
(-) Depreciation and Amortization	66.1	66.9	66.9	1.2%	0.0%
(=) EBITDA	287.6	233.1	250.6	-12.9%	7.5%
Margins					
Gross Margin	21.4%	22.6%	22.6%	1.2pp	0.1pp
EBITDA Margin	8.8%	8.7%	8.4%	-0.4pp	-0.3pp
Net Margin	3.6%	2.5%	2.6%	-1.0pp	0.2pp

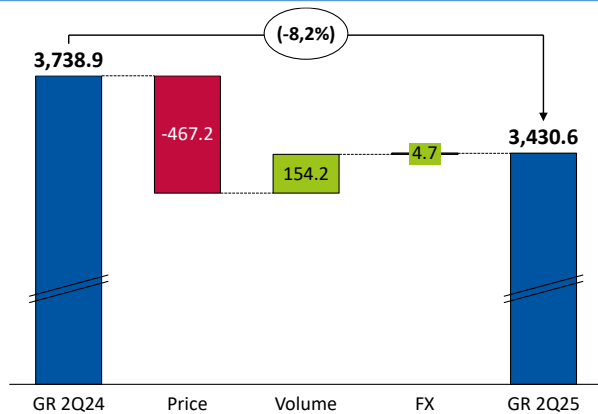
Income Statements by Segment

Brazil	2Q24	1Q25	2Q25	2Q25	2Q25
Closing Date	Aug-24	May-25	Aug-25	VS 2Q24	VS 1Q25
Net Revenues	2,357.2	1,932.7	2,065.7	-12.4%	6.9%
(-) Cost of Sales and Services	(1,874.5)	(1,511.8)	(1,600.2)	-14.6%	5.8%
Gross Profit	482.7	420.9	465.4	-3.6%	10.6%
(-) SG&A Expenses	(331.5)	(305.1)	(329.8)	-0.5%	8.1%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	(0.3)	2.3	2.6	n.a.	14.5%
EBIT	150.9	118.1	138.2	-8.4%	17.1%
(+/-) Financial Result	(76.0)	(110.1)	(127.8)	68.2%	16.1%
Pre-Tax Income	74.9	8.0	10.4	-86.1%	30.0%
Total Income Taxes	(2.3)	16.2	33.7	n.a.	108.2%
Net Income/Loss	72.5	24.2	44.1	-39.2%	82.4%
EBITDA Reconciliation					
Net Income/Loss	72.5	24.2	44.1	-39.2%	82.4%
(+) Net Financial Result	76.0	110.1	127.8	68.2%	16.1%
(+) Income Taxes	2.3	(16.2)	(33.7)	n.a.	108.2%
(+) Depreciation and Amortization	45.0	44.8	45.3	0.7%	1.0%
(=) EBITDA	195.8	162.9	183.5	-6.3%	12.7%
Margins					
Gross Margin	20.5%	21.8%	22.5%	0.8pp	2.1pp
EBITDA Margin	8.3%	8.4%	8.9%	0.5pp	0.6pp
Net Margin	3.1%	1.3%	2.1%	0.9pp	-0.9pp
International	2Q24	1Q25	2Q25	2Q25	2Q25
Closing Date	Aug-24	May-25	Aug-25	VS 2Q24	VS 1Q25
Net Revenues	904.4	754.7	914.0	1.1%	21.1%
(-) Cost of Sales and Services	(688.8)	(569.4)	(705.7)	2.5%	23.9%
Gross Profit	215.6	185.2	208.3	-3.4%	12.5%
(-) SG&A Expenses	(146.3)	(138.0)	(168.1)	14.9%	21.8%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	1.3	1.0	5.2	298.1%	433.4%
EBIT	70.6	48.2	45.5	-35.6%	-5.6%
(+/-) Financial Result	(13.4)	(8.3)	(13.7)	2.2%	65.9%
Pre-Tax Income	57.1	39.9	31.7	-44.5%	-20.5%
(+/-) Total Income Taxes	(10.9)	1.9	2.9	n.a.	49.9%
Net Income/Loss	46.2	41.8	34.6	-25.1%	-17.3%
EBITDA Reconciliation					
Net Income/Loss	46.2	41.8	34.6	-25.1%	-17.3%
(+) Net Financial Result	13.4	8.3	13.7	2.2%	65.9%
(+) Income Taxes	10.9	(1.9)	(2.9)	n.a.	49.9%
(+) Depreciation and Amortization	21.2	22.1	21.6	2.2%	-1.9%
(=) EBITDA	91.7	70.2	67.1	-26.9%	-4.5%
Margins					
Gross Margin	23.8%	24.5%	22.8%	-1.7pp	-1.0pp
EBITDA Margin	10.1%	9.3%	7.3%	-2.0pp	-2.8pp
Net Margin	5.1%	5.5%	3.8%	-1.8pp	-1.3pp

Financial Performance

Revenue

Consolidated 2Q25: Gross Revenue Breakdown (R\$mn)



Fonte: Companhia

Gross Revenue reached **R\$3.4 billion** in the quarter **(-8.2% YoY)**, mainly due to price declines in the high-turnover and international categories, particularly in grains. The reduction was partially offset by: (i) an increase in consolidated volume, driven by growth in the international segment because of higher exports from Uruguay; and (ii) an increase in net prices in the high-growth category. **Net Revenue** reached **R\$3.0 billion** in the quarter **(-8.6% YoY)**.

It is worth noting that, on a sequential basis, **Gross Revenue** and **Net Revenue** grew by **+9.8% QoQ** and **+10.9% QoQ**, respectively, reflecting operational improvements in volumes and price growth in the high-growth category. Operational details by category are described above in **Operational Performance**.

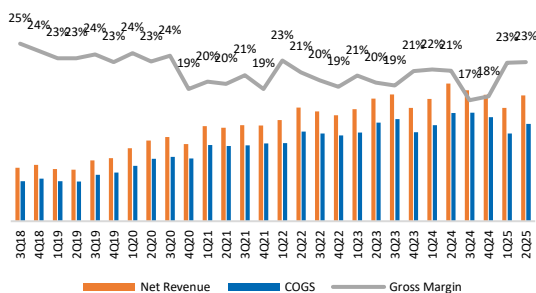
Costs and Expenses

Expenses	2Q24	1Q25	2Q25	2Q25	2Q25
Closing Date	Aug-24	May-25	Aug-25	VS 2Q24	VS 1Q25
Expenses by Function	(3,041.2)	(2,524.4)	(2,803.8)	-7.8%	11.1%
Cost of Products Sold	(2,563.3)	(2,081.2)	(2,305.9)	-10.0%	10.8%
Sales Expenses	(316.2)	(292.5)	(331.8)	4.9%	13.4%
G&A Expenses	(161.7)	(150.6)	(166.2)	2.8%	10.3%
Expenses by Nature	2Q24	1Q25	2Q25	2Q25	2Q25
Closing Date	Aug-24	May-25	Aug-25	VS 2Q24	VS 1Q25
Expenses by Nature	(3,041.2)	(2,524.4)	(2,803.8)	-7.8%	11.1%
Depreciation and Amortization	(66.1)	(66.9)	(66.9)	1.2%	0.0%
Employee Expenses	(227.0)	(260.7)	(237.8)	4.7%	-8.8%
Raw Materials	(2,259.7)	(1,735.3)	(1,992.2)	-11.8%	14.8%
Shipping	(240.8)	(227.3)	(251.6)	4.5%	10.7%
Sales Commission	(19.3)	(15.8)	(17.6)	-8.9%	11.3%
Maintenance Expenses	(61.9)	(63.9)	(65.6)	5.9%	2.6%
Energy Expenses	(20.6)	(33.0)	(22.3)	8.4%	-32.4%
Third Party Services Expenses	(67.7)	(56.5)	(63.5)	-6.2%	12.3%
Other Expenses	(78.0)	(64.9)	(86.4)	10.6%	33.0%

Cost of Sales and Services

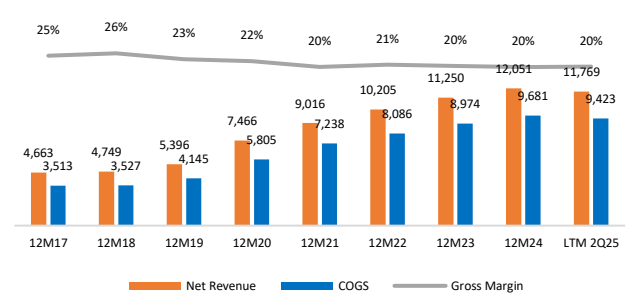
Cost of Sales and Services in the quarter totaled **R\$2.3 billion (-10.0% YoY)**, representing **77% of net revenue**. The reduction mainly reflects a 14.6% decrease in Brazil's COGS, driven primarily by lower raw material prices in the high-turnover category, both in grains and sugar. This effect was partially offset by the increase in COGS in the high-growth category, mainly due to higher market prices for coffee. In the international segment, COGS rose by +2.5% YoY, primarily driven by higher volumes, partially offset by price reductions. Considering these factors, **Gross Profit** reached **R\$673.8 million (-3.5% YoY)**, with a margin of **8.4% (-0.4 p.p. YoY)** in 2Q25.

Quarterly Evolution of Net Revenue vs. Costs (R\$mn)



Source: Companhia

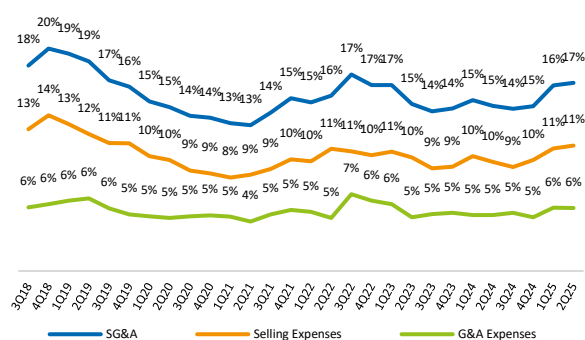
Annual Evolution of Net Revenue vs Costs



Source: Companhia

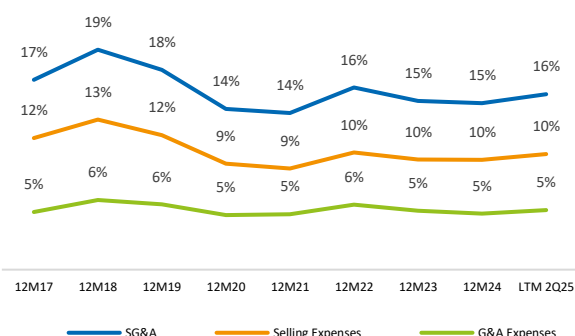
Selling, General and Administrative Expenses

Quarterly Evolution SG&A/Net Revenue (%)



Source: Company

Annual Evolution of SG&A/Net Revenue



Source: Company

SG&A (Selling, General and Administrative expenses) in the quarter totaled R\$497.9 million (+4.2% YoY), equivalent to 16.7% of net revenue (+2.0 p.p. YoY). The increase was driven by the growth of **international SG&A**, which **reached R\$168.1 million (+14.9% YoY)**, with Uruguay accounting for the main increase. This growth was partially offset by a **reduction in Brazil's SG&A**, which **amounted to R\$329.8 million (-0.5% YoY)** in the quarter, due to lower selling expenses, partially offset by an increase in general and administrative expenses. It is worth noting that the Company has been implementing expense optimization and review plans, aiming for greater efficiency and the identification of new synergies across its operations.

Selling Expenses

Selling expenses in the quarter totaled R\$331.8 million (+4.9% YoY), equivalent to 11.1% of net revenue in the quarter, mainly due to:

- As In **Brazil**, selling expenses **decreased by -2.7% YoY, representing 9.9% of Brazil's net revenue.** The variation was driven by lower freight and port expenses, in line with the YoY volume reduction in the segment, partially offset by higher advertising expenses.
- As In the **International** segment, selling **expenses increased by +19.9% YoY, representing 14.0% of International net revenue.** This result was due to higher sales volumes in the period, mainly as a result of increased exports from Uruguay.

General and Administrative Expenses

General and administrative expenses in the quarter totaled R\$166.2 million (+2.8% YoY), equivalent to 5.6% of net revenue for the quarter.

- In **Brazil**, general and administrative expenses increased by **+3.2% YoY, representing 6.1% of Brazil's net revenue,** mainly due to higher IT expenses, legal provisions, and personnel costs, partially offset by reductions in travel and consulting expenses.
- In the **International** segment, general and administrative expenses **increased by +1.5% YoY, representing 4.4% of net revenue for the quarter,** mainly as a result of higher G&A expenses in Uruguay and Peru.

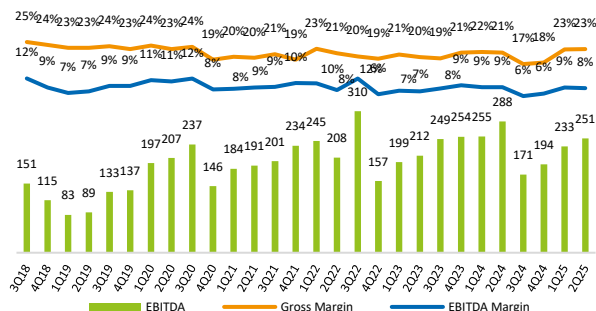
Other Operating Income (Expenses)

Other operating income/expenses and equity income totaled a positive R\$7.8 million in the quarter (vs. a positive R\$1.1 million in 2Q24), mainly related to the equity income of Saman's affiliates, a subsidiary of the Company in Uruguay.

EBITDA

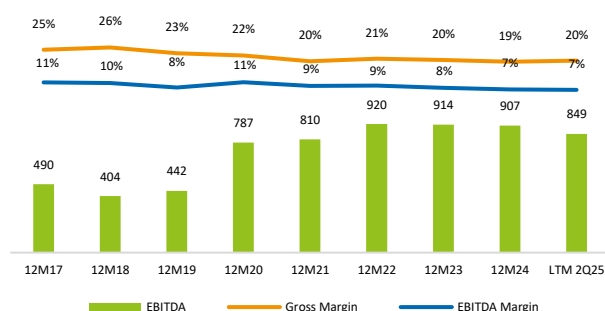
EBITDA for the quarter reached **R\$250.6 million (-12.9% YoY and +7.5% QoQ)**, with a margin of **8.4% (-0.4 p.p. YoY and -0.3 p.p. QoQ)**.

EBITDA – Historical Quarterly Evolution (R\$mn)



Source: Company

EBITDA – Historical Annual Evolution (R\$mn)



Source: Company

Net Financial Result

Net Financial Result recorded an expense of **R\$141.6 million (+58.3% YoY and +19.6% QoQ)** in the quarter. The variation is mainly explained by the result from financial derivatives and interest on financing, driven by higher interest rates during the period.

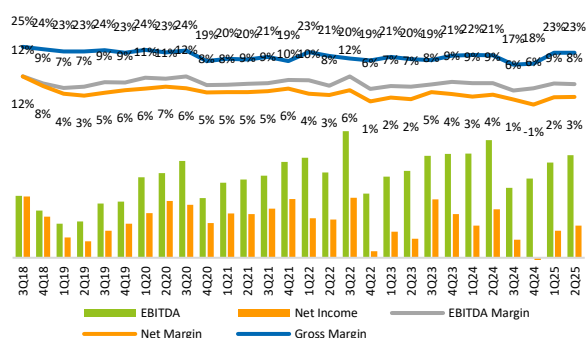
Income Tax and Social Contribution (CSLL)

Income Tax and CSLL recorded a positive result of **R\$36.6 million in 2Q25 (vs. a negative R\$13.2 million in 2Q24)**, mainly impacted by the reduction of the taxable base due to the decrease in pre-tax income (-68.1% YoY) and exclusions related to: (i) the increase in ICMS subsidies, which had a positive impact of R\$20.1 million in the period; (ii) exclusions related to Interest on Equity (JCP) payments, which had a positive impact of R\$12.9 million; and (iii) tax benefits and rate differences arising from international results of R\$9.4 million.

Net Income (Loss) and Earnings per Share

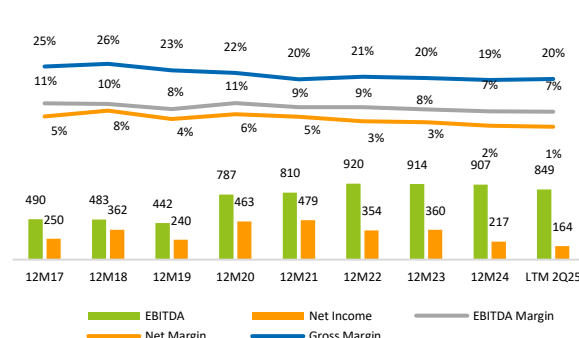
Net Income reached **R\$78.7 million (-33.7% YoY and +19.3% QoQ)**, with a net margin of **2.6% (-1.0 p.p. YoY and +0.2 p.p. QoQ)**, equivalent to R\$0.22 per share in the quarter.

Evolução Rentabilidade Trimestral (R\$mn)



Source: Company

Annual Profitability Evolution (R\$mn)



Source: Company

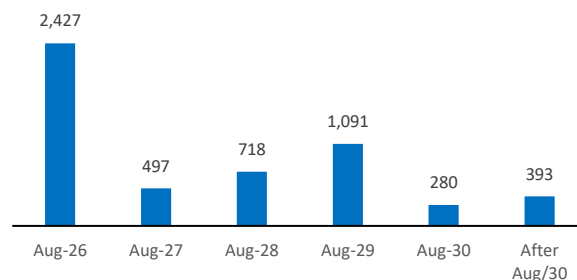
Indebtedness and Cash

Debt (in R\$m)	2Q24	1Q25	2Q25	2Q25	2Q25
Closing Date	Aug-24	May-25	Aug-25	VS 2Q24	VS 1Q25
Total Debt	6,269.3	5,240.9	5,376.1	-14.2%	2.6%
Loans and Financing	2,942.7	2,397.0	2,509.2	-14.7%	4.7%
Debentures	3,326.6	2,843.9	2,866.9	-13.8%	0.8%
Short Term	2,047.9	2,393.8	2,427.3	18.5%	1.4%
Long Term	4,221.4	2,847.1	2,948.8	-30.1%	3.6%
Leverage					
Gross Debt	6,269.3	5,240.9	5,376.1	-14.2%	2.6%
Cash and Equivalents	2,662.8	1,625.6	1,910.6	-28.2%	17.5%
Net Debt	3,606.5	3,615.4	3,465.5	-3.9%	-4.1%
Net Debt/EBITDA LTM	3.5x	4.1x	4.1x	0.6x	0.0x

Total debt reached R\$5.4 billion (-14.2% YoY). Total liquidity (cash and cash equivalents and short- and long-term financial investments) amounted to R\$1.9 billion (-28% YoY).

Net debt totaled R\$3.5 billion (-3.9% YoY), with a net indebtedness/EBITDA LTM ratio of 4.1x (stable YoY).

Amortization Schedule (R\$ mn)

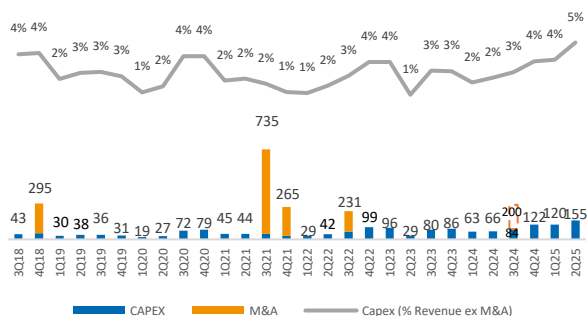


Source: Company

Capex

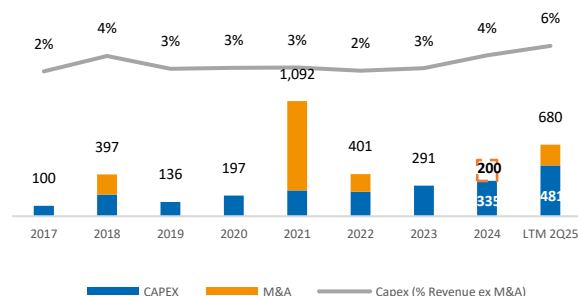
Capex reached R\$155.3 million (+133.5% YoY) in the quarter. The main Capex investments were directed toward the continuation of ongoing construction in Cambaí (RS), where the new grains plant will be located, and the new thermoelectric plant. Capex during the period was also impacted by a more concentrated phasing, in this quarter, of the investments scheduled for the year in Uruguay.

Quarterly Capex Evolution (R\$ mn)



Source: Company

Annual Capex Evolution (R\$ mn)



Source: Company

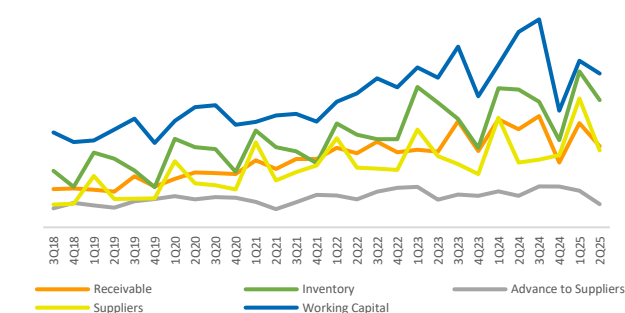
Working Capital

Working Capital	2Q24	1Q25	2Q25	2Q25	2Q25
Closing Date	Aug-24	May-25	Aug-25	VS 2Q24	VS 1Q25
Inventory	2,450.5	2,772.4	2,261.3	-7.7%	-18.4%
Days Inventory	95.5	104.5	87.6	-8 d	-17 d
Advance to Suppliers	562.0	650.3	414.0	-26.3%	-36.3%
Days Advance to suppliers	17.3	24.5	16.0	-1 d	-8 d
Receivable	1,746.8	1,850.2	1,444.5	-17.3%	-21.9%
Days Receivable	53.8	56.0	44.8	-9 d	-11 d
Suppliers	1,151.8	2,291.1	1,370.0	18.9%	-40.2%
Days Suppliers	44.9	86.4	53.1	8 d	-33 d
Other Current Assets	296.0	360.5	400.3	35.2%	11.0%
Other Current Liabilities	430.6	379.6	421.2	-2.2%	11.0%
Working Capital	3,473.0	2,962.7	2,728.9	-21.4%	-7.9%
Days Working Capital	107 d	90 d	85 d	-22 d	-5 d

Working capital reached R\$2.7 billion (-21.4% YoY), mainly impacted by:

- ⊗ **Inventories (-7.7% YoY):** mainly due to lower grain prices during the period.
- ⊗ **Advances to suppliers (-26.3% YoY):** reduction in advances to grain suppliers in Brazil.
- ⊗ **Accounts receivable (-17.3% YoY):** decrease driven by lower volume and prices in the high-turnover category during the period, partially offset by growth in accounts receivable in Uruguay.
- ⊗ **Trade payables (+18.9% YoY):** increase driven by grains and coffee in Brazil, as well as by Uruguay in the international segment.

Quarterly Seasonality of Working Capital (R\$ mn)



Source: Company

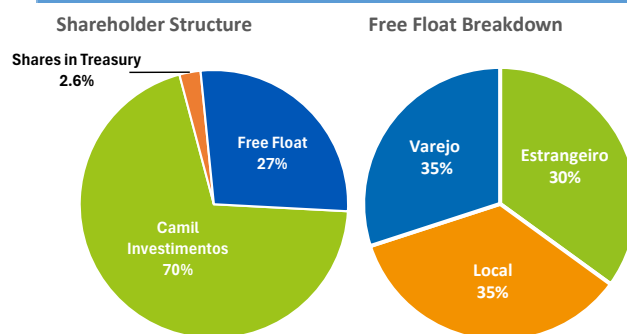
It is worth noting that the seasonality of working capital is significant throughout the quarters, as shown in the chart above, particularly in inventories and receivables. Accordingly, the first quarters of the year typically present higher working capital requirements and cash consumption, while the fourth quarter usually shows a release.

Shareholding Structure and Performance

In 2Q25, the Company's total share capital was composed of 350 million shares, of which 95.8 million shares were outstanding in the market (free float)^[1], representing approximately 27% of total capital.

On August 31, 2025, Camil's shares (B3: CAML3) closed at R\$4.85 per share, with a market capitalization of R\$1.7 billion. The average daily trading volume for the quarter was 1.2 million shares, or approximately R\$6.1 million per day.

Shareholder Structure August/2025



Source: Company

Market Engagement Agenda

The schedule of upcoming IR events is available on the Company's Investor Relations website. Contact requests may be submitted through our investor relations channel on the website (<http://ri.Camilalimentos.com.br/>) or by e-mail (ri@Camil.com.br).

About Camil Alimentos S.A

Camil (B3: CAML3) is one of the largest food brand platforms in Brazil and Latin America, with a diversified portfolio of brands in the categories of grains, sugar, canned fish, pasta, coffee, and biscuits, and leading positions in the countries where it operates. Listed in 2017 on the Novo Mercado, the highest level of corporate governance at B3, Camil has operations in Brazil, Uruguay, Chile, Peru, Ecuador, and Paraguay. For more information, please visit www.Camil.com.br/ri.

CAML
B3 LISTED NM

ISE B3
IGCT B3

ICON B3
ITAG B3

IBRA B3
INDX B3

IGC B3
SMLL B3

IGC-NM B3
IAGRO-FFS B3

Disclaimer

Certain percentages and other figures included in this document have been rounded for ease of presentation. As a result, the totals shown in some tables may not represent the arithmetic sum of the preceding numbers and may differ from those presented in the financial statements. The non-financial and accounting data in this document are unaudited. This release contains projections and forward-looking statements of the Company that are based solely on Camil's management's current expectations regarding the present and known reality of its operations and are, therefore, subject to risks and uncertainties.

Appendix – Quarterly Financial Information

Consolidated Balance Sheet

Balance Sheet					
In R\$ Millions	2Q24	1Q25	2Q25	2Q25	2Q25
Closing Date	Aug-24	May-25	Aug-25	VS 2Q24	VS 1Q25
Total Current Assets	7,645.7	7,187.8	6,364.5	-16.8%	-11.5%
Cash & Equivalents	2,648.4	1,624.3	1,907.2	-28.0%	17.4%
Accounts Receivable	1,746.8	1,850.2	1,444.5	-17.3%	-21.9%
Financial Instruments - Derivatives	1.0	0.8	0.4	-59.7%	-50.6%
Inventories	2,429.3	2,758.0	2,251.7	-7.3%	-18.4%
Payments in Advance (Producers)	525.2	594.7	360.7	-31.3%	-39.3%
Recoverable Taxes	195.6	218.1	224.7	14.9%	3.0%
Related Party	20.7	74.6	93.1	350.9%	24.9%
Other Current Assets	78.8	67.1	82.1	4.2%	22.4%
Total non Current Assets	4,437.5	4,954.6	4,975.7	12.1%	0.4%
Total Long-Term Assets	625.3	895.2	922.7	47.6%	3.1%
Long-Term Investments	14.4	1.2	3.4	-76.5%	176.6%
Recoverable Taxes	79.8	107.0	108.6	36.0%	1.5%
Deferred Income Taxes	104.8	166.3	205.5	96.2%	23.6%
Payments in Advance (Producers)	36.8	55.6	53.3	44.7%	-4.1%
Related Party	5.1	193.5	183.9	3521.7%	-5.0%
Inventory	21.3	14.4	9.5	-55.2%	-33.9%
Court Deposits	36.4	42.9	45.5	25.1%	6.0%
Indemnity Assets	310.7	301.7	302.5	-2.6%	0.3%
Other Long-Term Assets	16.1	12.6	10.5	-34.7%	-16.7%
Total Permanent Assets	3,812.2	4,059.4	4,053.0	6.3%	-0.2%
Investments	88.7	89.4	90.6	2.1%	1.2%
Plant, Property & Equipment	2,304.8	2,549.5	2,570.7	11.5%	0.8%
Intangible Assets	1,145.5	1,147.7	1,132.8	-1.1%	-1.3%
Right of Use Assets	245.4	244.8	231.0	-5.9%	-5.6%
Properties for Investment	27.9	27.9	27.9	0.0%	0.0%
				n.a.	n.a.
Total Assets	12,083.2	12,142.4	11,340.2	-6.1%	-6.6%
Total Current Liabilities	3,630.3	5,064.5	4,218.5	16.2%	-16.7%
Accounts Payable	1,151.8	2,291.1	1,370.0	18.9%	-40.2%
Short-Term Debt	1,449.9	1,509.1	1,529.1	5.5%	1.3%
Derivatives	-	0.42	3.6	n.a.	771.6%
Debentures	597.9	884.8	898.2	50.2%	1.5%
Leasing liability	46.3	54.4	50.7	9.4%	-6.9%
Client Advances	45.6	33.0	55.1	20.8%	66.7%
Related Party	26.4	9.3	30.2	14.1%	223.3%
Salaries and Social Contributions	72.6	75.7	80.1	10.3%	5.8%
Dividends and Interest on Equity Payable	7.0	-	7.1	1.5%	n.a.
Taxes Payables	47.9	41.0	44.7	-6.7%	9.0%
Vacation accrual and related charges	67.0	67.5	72.2	7.8%	7.0%
Outstanding Taxes	4.9	-	-	n.a.	n.a.
Accounts Payable from Investments Acquired	14.5	9.4	9.4	-35.2%	-0.8%
Other Current Liabilities	98.5	88.7	68.2	-30.7%	-23.1%
Total Long Term Liabilities	5,012.4	3,588.7	3,691.6	-26.4%	2.9%
Long-Term Debt	1,462.8	887.9	980.1	-33.0%	10.4%
Leasing liability	217.2	211.3	201.3	-7.3%	-4.7%
Debentures	2,758.7	1,959.2	1,968.7	-28.6%	0.5%
Outstanding Taxes	10.2	-	-	n.a.	n.a.
Deferred Income Taxes	82.6	45.7	42.9	-48.0%	-6.1%
Provision for contingencies	371.4	373.9	381.9	2.8%	2.2%
Accounts Payable from Investments Acquired	86.7	74.8	82.9	-4.3%	10.9%
Other Long-Term Liabilities	22.9	35.9	33.6	46.8%	-6.2%
Total Liabilities	8,642.7	8,653.2	7,910.1	-8.5%	-8.6%
				n.a.	n.a.
Paid-in Capital	950.4	950.4	950.4	0.0%	0.0%
(-) Expenses with Issuance of Shares	(12.4)	(12.4)	(12.4)	0.0%	0.0%
(-) Treasury Shares	(68.5)	(68.5)	(68.5)	0.0%	0.0%
Income Reserves	1,704.9	1,871.8	1,821.8	6.9%	-2.7%
Capital Reserve	22.9	24.3	25.2	10.0%	3.7%
Accumulated Net Income	197.2	66.0	144.7	-26.6%	119.2%
Equity adjustments	(21.1)	(21.1)	(21.1)	0.0%	0.0%
Other comprehensive Income	666.9	678.4	589.6	-11.6%	-13.1%
Participation of non-controlling shareholders	0.3	0.3	0.3	9.4%	2.6%
Shareholders' Equity	3,440.6	3,489.2	3,430.0	-0.3%	-1.7%
Total Liabilities & Equity	12,083.2	12,142.4	11,340.2	-6.1%	-6.6%

Consolidated Income Statements

Statements (in R\$ millions)	2Q24	1Q25	2Q25	2Q25	2Q25
Closing Date	Aug-24	May-25	Aug-25	VS 2Q24	VS 1Q25
Gross Revenues	3,738.9	3,123.5	3,430.6	-8.2%	9.8%
(-) Sales Deductions	(477.3)	(436.2)	(451.0)	-5.5%	3.4%
Net Revenues	3,261.6	2,687.3	2,979.7	-8.6%	10.9%
(-) Cost of Sales and Services	(2,563.3)	(2,081.2)	(2,305.9)	-10.0%	10.8%
Gross Profit	698.3	606.1	673.8	-3.5%	11.2%
(-) SG&A	(477.9)	(443.1)	(497.9)	4.2%	12.4%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	1.1	3.3	7.8	640.4%	140.4%
EBIT	221.4	166.2	183.7	-17.0%	10.5%
(+/-) Financial Result	(89.5)	(118.4)	(141.6)	58.3%	19.6%
Pre-Tax Income	132.0	47.9	42.1	-68.1%	-12.1%
(-) Total Income Taxes	(13.2)	18.1	36.6	n.a.	102.0%
Net Income/Loss	118.8	66.0	78.7	-33.7%	19.3%
EBITDA Reconciliation					
Net Income/Loss	118.8	66.0	78.7	-33.7%	19.3%
(-) Net Financial Result	89.5	118.4	141.6	58.3%	19.6%
(-) Income Taxes	13.2	(18.1)	(36.6)	n.a.	102.0%
(-) Depreciation and Amortization	66.1	66.9	66.9	1.2%	0.0%
(=) EBITDA	287.6	233.1	250.6	-12.9%	7.5%
Margins					
Gross Margin	21.4%	22.6%	22.6%	1.2pp	0.1pp
EBITDA Margin	8.8%	8.7%	8.4%	-0.4pp	-0.3pp
Net Margin	3.6%	2.5%	2.6%	-1.0pp	0.2pp

Income Statements by Segment

Brazil	2Q24	1Q25	2Q25	2Q25	2Q25
Closing Date	Aug-24	May-25	Aug-25	VS 2Q24	VS 1Q25
Net Revenues	2,357.2	1,932.7	2,065.7	-12.4%	6.9%
(-) Cost of Sales and Services	(1,874.5)	(1,511.8)	(1,600.2)	-14.6%	5.8%
Gross Profit	482.7	420.9	465.4	-3.6%	10.6%
(-) SG&A Expenses	(331.5)	(305.1)	(329.8)	-0.5%	8.1%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	(0.3)	2.3	2.6	n.a.	14.5%
EBIT	150.9	118.1	138.2	-8.4%	17.1%
(+/-) Financial Result	(76.0)	(110.1)	(127.8)	68.2%	16.1%
Pre-Tax Income	74.9	8.0	10.4	-86.1%	30.0%
Total Income Taxes	(2.3)	16.2	33.7	n.a.	108.2%
Net Income/Loss	72.5	24.2	44.1	-39.2%	82.4%
EBITDA Reconciliation					
Net Income/Loss	72.5	24.2	44.1	-39.2%	82.4%
(+) Net Financial Result	76.0	110.1	127.8	68.2%	16.1%
(+) Income Taxes	2.3	(16.2)	(33.7)	n.a.	108.2%
(+) Depreciation and Amortization	45.0	44.8	45.3	0.7%	1.0%
(=) EBITDA	195.8	162.9	183.5	-6.3%	12.7%
Margins					
Gross Margin	20.5%	21.8%	22.5%	2.1pp	0.8pp
EBITDA Margin	8.3%	8.4%	8.9%	0.6pp	0.5pp
Net Margin	3.1%	1.3%	2.1%	-0.9pp	0.9pp
International	2Q24	1Q25	2Q25	2Q25	2Q25
Closing Date	Aug-24	May-25	Aug-25	VS 2Q24	VS 1Q25
Net Revenues	904.4	754.7	914.0	1.1%	21.1%
(-) Cost of Sales and Services	(688.8)	(569.4)	(705.7)	2.5%	23.9%
Gross Profit	215.6	185.2	208.3	-3.4%	12.5%
(-) SG&A Expenses	(146.3)	(138.0)	(168.1)	14.9%	21.8%
(+/-) Other operating income (expenses) and Equity.	1.3	1.0	5.2	298.1%	433.4%
EBIT	70.6	48.2	45.5	-35.6%	-5.6%
(+/-) Financial Result	(13.4)	(8.3)	(13.7)	2.2%	65.9%
Pre-Tax Income	57.1	39.9	31.7	-44.5%	-20.5%
(+/-) Total Income Taxes	(10.9)	1.9	2.9	n.a.	49.9%
Net Income/Loss	46.2	41.8	34.6	-25.1%	-17.3%
EBITDA Reconciliation					
Net Income/Loss	46.2	41.8	34.6	-25.1%	-17.3%
(+) Net Financial Result	13.4	8.3	13.7	2.2%	65.9%
(+) Income Taxes	10.9	(1.9)	(2.9)	n.a.	49.9%
(+) Depreciation and Amortization	21.2	22.1	21.6	2.2%	-1.9%
(=) EBITDA	91.7	70.2	67.1	-26.9%	-4.5%
Margins					
Gross Margin	23.8%	24.5%	22.8%	-1.0pp	-1.7pp
EBITDA Margin	10.1%	9.3%	7.3%	-2.8pp	-2.0pp
Net Margin	5.1%	5.5%	3.8%	-1.3pp	-1.8pp

Cash Flow

Cash Flow In R\$ Millions Closing Date	2Q24 Aug-24	1Q25 May-25	2Q25 Aug-25	2Q25 VS 2Q24	2Q25 VS 1Q25
Pre-Tax Income	132.0	47.9	42.1	-68.1%	-12.1%
Net Result in Uncons. Subs.	1.7	-	(6.2)	n.a.	n.a.
Accrued Financial Charges	216.9	160.2	164.7	-24.1%	2.8%
Interest Provision - Liability Lease	4.0	4.2	4.0	-0.6%	-5.7%
Allowance for Doubtful Accounts	6.2	1.7	(0.4)	n.a.	n.a.
Provision for Discounts	(2.4)	18.7	(2.3)	-4.3%	n.a.
Provision for Contingencies	31.1	5.3	8.8	-71.7%	64.6%
Provision for Advances	6.3	(0.7)	(8.1)	n.a.	1045.0%
Depreciation	66.1	66.9	66.9	1.2%	0.0%
Write-off Plant, Property & Equipment	5.1	21.3	(16.6)	n.a.	n.a.
Write-off Right of Use Assets	4.0	(0.0)	-	n.a.	n.a.
Stock Options	2.4	(2.1)	1.3	-43.0%	n.a.
Funds From Operations	473.3	323.5	254.2	-46.3%	-21.4%
(Inc.) / Dec. In:	-	-	-	n.a.	n.a.
Current Assets	429.4	(1,937.8)	1,051.1	144.8%	n.a.
Trade Accounts Receivable	203.2	(725.9)	384.7	89.3%	n.a.
Inventories	152.3	(1,162.5)	707.2	364.3%	n.a.
Recoverable Taxes	43.1	(13.0)	(12.1)	n.a.	-7.2%
Related Party	38.4	(20.9)	(12.0)	n.a.	-42.4%
Other Current Assets	(7.5)	(15.5)	(16.7)	123.1%	7.5%
Current Liabilities	(1,081.4)	857.5	(968.6)	-10.4%	n.a.
Accounts Payable	(848.9)	1,014.2	(826.3)	-2.7%	n.a.
Other Current Liabilities	11.4	17.5	11.3	-1.4%	-35.6%
Taxes Payables	(30.8)	(20.6)	(1.7)	-94.5%	-91.7%
Related Party	3.5	5.9	4.3	22.6%	-27.0%
Advances to Clients	(33.0)	(18.3)	22.0	n.a.	n.a.
Other Current Liabilities	(59.9)	13.1	(36.4)	-39.2%	n.a.
Interest Paid	(120.1)	(139.1)	(144.0)	19.9%	3.5%
Net Income Taxes (Income Tax & Social Contribution	(3.7)	(15.3)	2.3	n.a.	n.a.
Cash Flow from Operations	(178.7)	(756.9)	336.8	n.a.	n.a.
Short-Term Investments	(0.3)	15.5	(2.2)	524.9%	n.a.
Received Dividends	-	-	0.5	n.a.	n.a.
Disposal of Property, Plant and Equipment	0.5	0.3	0.6	23.6%	113.3%
Additions to Investments	(34.1)	-	0.1	n.a.	n.a.
Capital Expenditures	(66.5)	(119.9)	(155.3)	133.7%	29.6%
Investment Activities Cash Flow	(100.4)	(104.0)	(156.3)	55.7%	50.3%
Debt Issuance	1,165.3	630.6	494.3	-57.6%	-21.6%
Debt Repayment	(197.6)	(627.5)	(335.6)	69.8%	-46.5%
Lease Liability Payments	(16.6)	(17.8)	(17.1)	2.9%	-4.0%
Dividends and Interest on Equity Paid	(25.0)	(25.0)	(25.0)	0.0%	0.0%
Financing Cash Flow	926.1	(39.7)	116.6	-87.4%	n.a.
Foreign Exchange Variaton on Cash and Equivalents	(25.9)	(5.2)	(14.1)	-45.5%	174.4%
Change in Cash and Equivalents	621.0	(905.8)	282.9	-54.5%	n.a.
Beginning Cash and Equivalents	2,027.4	2,530.2	1,624.4	-19.9%	-35.8%
Ending Cash and Equivalents	2,648.4	1,624.4	1,907.2	-28.0%	17.4%

